

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA DE ECONOMÍA

CARRERA DE ECONOMÍA

TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA

**TEMA: “PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN SAN PEDRO DE
HUACA EN LA PROVINCIA DEL CARCHI”**

AUTORES:

GABRIEL PATRICIO CHICAÍ ZA VIZCAÍNO

WASHINGTON JAVIER DÍAZ COELLO

DIRECTOR DE TESIS:

DR. MANUEL SALGADO TAMAYO

QUITO-ECUADOR

2012

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi madre, EULALIA VIZCAÍNO, quien ha sido la persona que me ha impulsado a llegar lejos en la vida, con tu ejemplo madre de trabajo de sacrificio hacia tus hijos y en especial hacia mí, estoy culminando una etapa más de mi vida, gracias madre por haberme educado con tu ejemplo y por ti va toda mi dedicación, mi tiempo, mi esfuerzo, mis desvelos.

Yo soy fruto de muchos factores y solo mencionare uno, gracias a la perseverancia de mi madre.

A mis hermanos, Erika y Juan Carlos, quienes con su apoyo su sacrificio son mi ejemplo a seguir y luchar día a día para conseguir mis metas y salir adelante.

Patricio Ch.

DEDICATORIA

A Dios por todo lo que me ha dado y ser parte esencial en mi vida, a mis padres Bolívar y María los pilares fundamentales de vida y que gracias a ellos he podido llegar a culminar esta maravillosa etapa de mi vida, así también por estar en momentos de tomar decisiones importantes. A la mujer de mi vida Diana Carolina que siempre ha estado a mi lado apoyándome incondicionalmente y ayudándome en momentos difíciles. A mis hermanos Cristina, Gina, Susy y Alex por siempre motivarme, darme su apoyo y aguantarme.

A mis adorados sobrinos Wlady, Santy, Sophy, Ariel y Sebas que son mi alegría y unas de las razones de mi vida, los quiero mucho.

Javier D.C

AGRADECIMIENTO

Al culminar esta etapa de mi vida, quisiera agradecer a muchas personas que permanentemente estuvieron a mi lado a lo largo de este camino, con su apoyo moral y económico, con su ánimo y comprensión. Quiero agradecer en primer instancia a mi madre EULALIA VIZCAÍNO, gracias a su dedicación a hecho de mí, el hombre que soy ahora, tal vez no seré el mejor hijo pero ella me ha demostrado ser la mejor madre del mundo.

A mi padre CARLOS CHICAÍZA, quien con su apoyo, con sus consejos, con su ejemplo de padre, con su manera de hacerme entender la vida, me ha enseñado a luchar para conseguir nuestras metas por más duras que estas sean, para así lograr un buen vivir y bienestar familiar.

A mis hermanos Erika y Juan Carlos, que me han apoyado en todo, me han dado ánimo y comprensión para salir adelante. Han sido un motor más para culminar esta etapa de mi vida.

Como no agradecer a mi Familia, en especial a mis ti@s Cecilia, Isabel, Marcelo en fin, a quienes les debo mucho ya que permanentemente estuvieron ahí apoyándome a lo largo de todo este camino y a lo largo de toda mi vida, ellos siempre han estado ahí.

Gracias Dios por darme una Buena Familia, gracias a ti Dios por todas las bendiciones puestas en mí.

Patricio Ch.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la salud, por llenarme de sabiduría y fortaleza para poder llegar a terminar mis estudios con gran satisfacción.

Agradezco a mi padre y amigo Bolívar Díaz por haberme apoyado siempre sobre todas las cosas y brindarme sus consejos, a mi madre María Coello por darme su cariño y amor, por sus amanecidas y desvelos, por enseñarme a ser un hombre de bien.

A Diana por todos los momentos compartidos llenos de muchas alegrías y aventuras.

A mis primos Danilo Iza y Edison Pérez por el ejemplo, virtudes y sabiduría que han inculcado en mi.

A mi amigo y compañero de tesis Patricio por la paciencia y la dedicación entregada durante la realización e investigación de nuestra tesis.

A mi familia mis abuelitas, tíos, primos y amigos que siempre han estado influyendo en mi vida ya sea algunos en mayor grado que otros, pero son muy importante en mi vida.

A mis profesores por brindarme sus conocimientos, mis compañeros de aula y mas a mis amigos de toda la carrera los “chamos locos”.

Javier D.C

AUTORIZACION DE LA AUTORIA INTELECTUAL

Yo, Gabriel Patricio Chicaíza Vizcaíno; en calidad de autor de la tesis realizada sobre “**PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL CANTON SAN PEDRO DE HUACA EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**”, por la presente autorizo a la **UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR**, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5,6,8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

Quito, 15 de junio de 2012.

GABRIEL PATRICIO CHICAÍZA VIZCAÍNO

040123089-1

Kanito1pat@hotmail.com

AUTORIZACION DE LA AUTORIA INTELECTUAL

Yo, Washington Javier Díaz Coello; en calidad de autor de la tesis realizada sobre “**PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL CANTON SAN PEDRO DE HUACA EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**”, por la presente autorizo a la **UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR**, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o de parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5,6,8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su reglamento.

Quito, 15 de junio de 2012.

WASHINGTON JAVIER DÍAZ COELLO

171431958-7

Javo_dc31@hotmail.com

Quito, abril 20 del 2012

Señor
DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Presente

De mi consideración:

En respuesta a la comunicación en la que se me nombra Director de la tesis intitulada "PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL CANTON SAN PEDRO DE HUACA EN LA PROVINCIA DEL CARCHI" presentado por los señores egresados de la Carrera de Economía GABRIEL PATRICIO CHICAIZA VIZCAINO y WASHINGTON JAVIER DÍAZ COELLO, me permito informar que, en el plazo adicional que usted tuvo a bien conceder, se ha concluido la redacción del informe final.

Por las razones anteriores autorizo a los señores egresados para que puedan continuar con los trámites reglamentarios.

Del señor Decano, muy atentamente,



Manuel SALGADO TAMAYO
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Teléfonos: 523-211 - 529-129 - 521-641 -- Apartado 1088
Quito - Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

CALIFICACIÓN DE TESIS DE GRADO

TÍTULO DE LA TESIS:

"PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN SAN
PEDRO DE HUACA EN LA PROVINCIA DEL CARCHI"

**EGRESADOS: Chicaíza Vizcaíno Gabriel Patricio
Díaz Coello Washington Javier**

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS:

Considerando que la Planificación Turística es una herramienta de diagnóstico, análisis y reflexión para la toma acertada de decisiones y que dada la importancia del tema que según los autores radica en que las organizaciones hoy en día requieren contar de un plan estratégico que les permitan orientar sus actividades de forma coherente, eficiente, eficaz y efectiva, partiendo de la declaración de su Misión y Visión, hasta llegar al cumplimiento en el corto, mediano y largo plazo de los programas, proyectos y actividades fijadas en la propuesta, fortaleciendo las relaciones entre los distintos actores del turismo que para este caso es en el Cantón San Pedro de Huaca, en búsqueda de su progreso turístico. Por lo afirmado debo puntualizar que se cumplen con efectividad los objetivos planteados en la investigación, tanto el objetivo general así como también los específicos. Afirmación que la hago en razón de lo revisado en el desarrollo del tema.

DEMOSTRACIÓN DE HIPÓTESIS:

Las Hipótesis tanto general así como las específicas establecidas en el plan de tesis respectivamente han sido demostradas satisfactoriamente. La comprobación de las hipótesis se las demuestra en forma específica en el desarrollo de los diferentes capítulos y en forma general en las conclusiones y recomendaciones.

METODOLOGÍA Y VARIABLES UTILIZADAS:

En el desarrollo de la investigación: Los métodos, variables, indicadores, técnicas e instrumentos utilizados son los que responden y obedecen al tema, aplicándose de forma precisa al caso en particular.

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN:

Las conclusiones a las que han llegado los autores, responden al resultado de la investigación, además las recomendaciones guardan concordancia con las conclusiones, pudiendo ser estas acogidas por quienes están inmersos, o lo van a ser en esta temática de trascendental importancia, como instrumento de apoyo y análisis para tomar de manera acertada sus decisiones.


NOTA: 9 (nueve)

RECOMIENDA LA PUBLICACIÓN DE ESTA TESIS: SI NO ☒

RAZÓN DE LA PUBLICACIÓN:

DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA PUBLICACIÓN SI NO

PROFESOR: Ing. *Lenín Javier Tobar Cazares*, MSc.

FIRMA: 

FECHA: Quito, 04 de septiembre del 2012

g ok

Quito, 20 de Julio del 2012

Señor Economista

Marco Posso Zumárraga

Decano de la Facultad de Ciencias Económicas

Presente.

Señor Decano:

En respuesta al contenido de su Oficio No. 990 – 2012 – DT, de fecha 25 de junio del presente año, en la que me solicita informar analíticamente y calificar de manera fundamentada la Tesis intitulada “ PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL CANTON SAN PEDRO DE HUACA”, elaborada por los señores egresados de la Escuela de Economía Gabriel Patricio Chicaiza Vizcaino y Washington Javier Díaz Coello, manifiesto lo siguiente:

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS.-

La investigación cumple con el objetivo general de elaborar un Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón Huaca y sus parroquias: la una del mismo nombre y la otra que lleva el nombre excelso del Mariscal Sucre. También se cumplen con los tres objetivos específicos que buscan a analizar la situación actual del turismo en el lugar, identificar la oferta y la demanda turística y proponer una ruta turística como proyecto sinérgico que busca mejorar las condiciones de vida de los habitantes.

DEMOSTRACION DE HIPOTESIS

La hipótesis general demuestra que el Cantón posee varios recursos turísticos que utilizados en forma planificada y racional pueden generar ingresos desencadenantes que sirvan para mejorar las condiciones de vida de la población.

También se cumplen las tres hipótesis específicas destinadas a realizar un foda del lugar para incrementar la afluencia turística y mejorar la situación económica, cultural, social y ambiental del Cantón.

METODOLOGIA Y VARIABLES UTILIZADAS.-

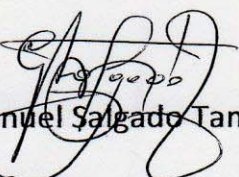
Se utilizan todos los métodos señalados en el Plan de Tesis: inductivo – deductivo, empírico, analítico – sintético, histórico y las técnicas relacionadas. Las variables e indicadores son las necesarias en este tipo de investigación.

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION.-

Las conclusiones y recomendaciones son concordantes con el resultado de la investigación en la medida que se demuestra que el Cantón Huaca tiene una serie de potencialidades que pueden transformarle en un destino turístico: Población amigable y cordial; eventos culturales de gran significación; Recursos naturales y bellezas escénicas. Pero hay que trabajar muchos en el desarrollo de una cultura turística así como en la construcción de la infraestructura relacionada. En tan sentido se propone la construcción de una hostería con 14 habitaciones, un restaurante, una mini Van para transportar a los turistas. El valor total del proyecto es de 461.160 dólares. El financiamiento corre a cargo del Estado. Se recomienda también desarrollar talleres artesanales. Hacer convenios con operadores turísticos nacionales. Realizar paquetes turísticos.

NOTA.-Por las razones expuestas me permito calificar la tesis escrita con la nota de 9/10 NUEVE SOBRE DIEZ.

Del señor Decano, muy atentamente,


Manuel Salgado Tamayo
Profesor.



1000

UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

Telf. 2523211 - 2529129 - 2229358-Apartado 1088 Quito - Ecuador

DEPARTAMENTO DE TESIS

CALIFICACION DE TESIS DE GRADO

TITULO DE LA TESIS

Plan de Desarrollo Turístico para el
Canton San Pedro de Huaca en la provincia del
Cochi.

EGRESADOS :

Gabriel Chicaiza Vizcaino
Washington Diaz Coello

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

Se cumplen los objetivos previstos
en el plan de investigación. En consecuencia,
se presenta un plan orientado a des-
arrollar el turismo en el cantón motivo
de estudio.

DEMOSTRACION DE HIPOTESIS

Se busca comprobar empíricamente
las hipótesis de investigación y se siguen
los procedimientos metodológicos
necesarios.

METODOLOGÍA Y VARIABLES UTILIZADAS

Mediante un diseño no experimental, transaccional y descriptivo se explican procedimientos que permiten recolectar información relevante en las variables identificadas en el Plan. Los procedimientos en referencia son los que metodológicamente están recomendados para este tipo de estudios.

CONCORDANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES CON EL RESULTADO DE LA INVESTIGACION

Existe concordancia entre los resultados de la investigación y las conclusiones y recomendaciones de los que se llegan al culminar el proceso.

NOTA:

10 Diez)

RECOMIENDA LA PUBLICACION DE ESTA TESIS

SI

NO

RAZON DE LA PUBLICACION

DEPARTAMENTO DE TESIS: APRUEBA LA PUBLICACION

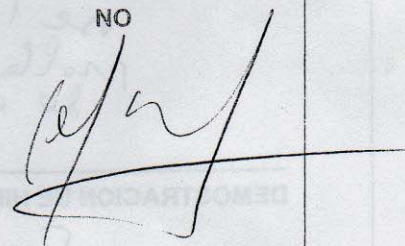
SI

NO

PROFESOR:

Dr. Rafael Rodríguez A

FIRMA.



FECHA:

Julio, 18 - 2012

INDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I	1
1. PLAN DE TESIS.....	1
1.1. TEMA:" PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL CANTON SAN PEDRO DE HUACA EN LA PROVINCIA DE CARCHI"	1
1.2. Antecedentes	1
1.3. Justificación.....	2
1.4. Identificación del Problema	3
1.5. Delimitación Espacial y Temporal	3
1.6. OBJETIVOS	3
1.6.1. Objetivo General	3
1.6.2. Objetivo Específico	3
1.7. HIPOTESIS	4
1.7.1. Hipótesis General	4
1.7.2. Hipótesis Específica	4
1.8. METODOLOGÍA	4
1.8.1. MÉTODOS	4
1.8.2. TÉCNICAS	5
1.8.3. LAS VARIABLES E INDICADORES	8
1.9. PLAN ANALÍTICO	9
1.10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	14
CAPÍTULO II	15
2. TURISMO GLOBAL Y LOCAL	15
2.1. EL TURISMO EN EL MUNDO	15
2.2. LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR.....	17
2.2.1. EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA.	18
2.3. INDICADORES MACROECONÓMICOS.	19

2.3.1.	PIB.....	19
2.3.2.	BALANZA COMERCIAL.....	22
2.3.3.	INFLACIÓN	24
2.3.4.	TASAS DE INTERÉS.....	25
2.3.4.1.	TASA DE INTERÉS ACTIVA	25
2.3.4.2.	TASA PASIVA.....	25
2.4.	PROVINCIA DEL CARCHI.....	27
2.4.1.	Historia	27
2.4.2.	Geografía	28
2.4.3.	Economía	28
2.4.4.	División Territorial.....	29
2.4.5.	Toponimia.....	29
2.4.6.	Comidas Típicas	29
2.4.7.	Atractivos Turísticos.....	30
2.5.	EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA EN LA PROVINCIA DE CARCHI	
	30	
2.5.1.	HISTORIA.....	31
2.5.2.	SITUACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN	32
2.5.2.1.	LOCALIZACIÓN.....	32
2.5.2.2.	UBICACIÓN GEOGRAFICA:	32
2.5.2.3.	LIMITES	32
2.5.2.4.	PARROQUIAS	32
2.5.2.5.	POBLACIÓN TOTAL: 6.749 habitantes	32
2.5.2.6.	DATOS GENERALES.....	33
2.5.2.7.	GEOGRAFÍA:.....	35
2.5.2.8.	HIDROGRAFÍA:	35
2.5.3.	ARBOL DE PROBLEMAS	37

CAPITULO III	38
3. MARCO TEÓRICO.....	38
3.1. DESARROLLO ECONÓMICO	38
3.1.1. Economía del desarrollo	38
3.2. DESARROLLO SOCIAL.....	41
3.2.1. Desarrollo Social en la ONU.....	41
3.2.2. Desarrollo Rural.....	41
3.2.3. Desarrollo Local	42
3.2.3.1. Definición	42
3.3. SOSTENIBILIDAD.....	43
3.3.1. Principios y conceptos.....	43
3.3.2. Escala y contexto	43
3.3.3. Medida de la sostenibilidad	44
3.3.3.1. Triple Resultado	44
3.3.3.2. Índice Desempeño Ambiental	44
3.3.4. Sostenibilidad y el ambiente.....	45
3.3.5. Gestión Ambiental.....	45
3.3.5.1. La Norma ISO 14 000	47
3.4. ACTIVIDAD TURISTICA	50
3.4.1. Productos turísticos	50
3.4.1.1. Tipología de productos turísticos	50
3.4.1.2. Servicios turísticos	57
3.4.1.3. Información turística	58
3.4.1.4. Servicios de acogida	59
3.4.1.5. Empresas turísticas.....	59
3.4.1.6. Hotelería.....	60
3.4.1.7. Restauración	61

3.4.1.8. Transporte.....	63
3.4.1.9. Agencias de Viajes (AA.VV.).....	63
3.4.1.10. Otras empresas relacionadas.....	64
3.5. DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE	65
CAPITULO IV	74
4. ESTUDIO DE MERCADO	74
4.1. POBLACIÓN Y SEXO	74
4.1.1. GRUPOS DE EDAD	74
4.1.2. AUTO IDENTIFICACIÓN RACIAL.....	76
4.1.3. ANALFABETISMO	77
4.1.4. RAMA DE ACTIVIDAD	78
4.2. INFRAESTRUCTURA.....	79
4.2.1. TIPO DE VIVIENDA	79
4.2.2. PROPIEDAD DE LA VIVIENDA.....	80
4.2.3. PROCEDENCIA DEL AGUA	80
4.2.4. PROCEDENCIA DE LA LUZ ELÉCTRICA	81
4.2.5. ELIMINACIÓN DE LA BASURA.....	81
4.2.6. TELÉFONO CONVENCIONAL	82
4.2.7. TELÉFONO CELULAR	82
4.2.8. DISPONIBILIDAD DE INTERNET	83
4.2.9. DISPONIBILIDAD DE COMPUTADORA.....	83
4.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA	83
4.3.1. ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	83
4.3.1.1. Inventario de Atractivos Turísticos del Cantón Huaca.....	83
4.3.1.2. Etapas para la Elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos	84
4.3.1.3. ESTACIÓN BIOLÓGICA GUANDERA:	90

4.3.2. MANIFESTACIONES CULTURALES	98
4.3.2.1. FIESTAS DE CANTONIZACION DE SAN PEDRO DE HUACA	
98	
4.3.3. GASTRONOMÍA.....	99
4.3.3.1. QUESO AMASADO	99
4.3.3.2. CHAMPÚS	99
4.3.3.3. CUY ASADO	99
4.3.4. ARTESANÍAS.....	99
4.3.5. COMPAÑÍA DE TRANSPORTES	100
4.3.6. PROBLEMA DEL TURISMO LOCAL	100
4.3.6.1. INFRAESTRUCTURA HOTELERA Y DE RESTAURANTES ..	100
4.3.6.2. CAPACIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS QUE PRESTAN EL	
SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS SEGÚN CATEGORÍA Y	
PROVINCIA.....	100
4.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	104
4.4.1. DESPLAZAMIENTO TURISMO INTERNO	105
4.4.2. DEMANDA TURISMO PROVINCIA DE CARCHI	107
4.4.3. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	107
4.4.4. DEMANDA TURISTAS CANTÓN HUACA	109
4.4.5. PROBLEMA CENTRAL.....	111
4.5. ANÁLISIS FODA	111
4.5.1. FORTALEZAS	111
4.5.2. OPORTUNIDADES	111
4.5.3. DEBILIDADES.....	112
4.5.4. AMENAZAS.....	112
4.6. PLAN DE INVERSIONES	113
4.6.1. PERFIL PROYECTO TALLERES TURÍSTICOS	113
4.6.2. PERFIL DE PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LA	
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.	129

CAPITULO V	181
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	181
5.1. CONCLUSIONES.....	181
5.2. RECOMENDACIONES	187
ANEXOS.....	189
Collage Fotos Talleres	211
BIBLIOGRAFIA	215

INDICE DE ANEXOS

ANEXO No.1. Oficio Colaboración y apoyo para el desarrollo de la tesis	189
ANEXO No.2. Oficio Análisis y acogida de talleres y elaboración de arboles de problemas. (Gobierno Mariscal Sucre)	190
ANEXO No.3. Oficio Análisis y acogida de talleres y elaboración de arboles de problemas. (Comisaria Nacional del cantón San Pedro de Huaca)	192
ANEXO No.4. Oficio Acta de Entrega y Recepción	194
ANEXO No. 5. Recepción de tesis.	195
ANEXO No. 6. P.O.A .	196
ANEXO No. 7 Tabla de Presupuestos.	202
ANEXO No. 8 Resumen Ejecutivo Tesis por capitulo.	203
ANEXOS No..9. Arboles de Problemas	205
ANEXO No. .10. Arboles de Objetivos	208
ANEXO No..11. Collage Fotos Talleres	211

INDICE DE TABLAS

TABLA No.1. Producto Interno Bruto.....	21
TABLA No.2. Balanza Comercial Análisis Tres Periodos de Enero a Agosto: 2008-2009-2010	22
TABLA No.3. Inflación Histórica.....	24
TABLA No.4. Población y Sexo.....	74
TABLA No.5. Grupos de Edad.....	75
TABLA No.6. Auto identificación según su cultura y costumbres.....	76
TABLA No.7. Discapacidad permanente por más de un año	76
TABLA No.8. Analfabetismo	77
TABLA No.9. Rama de Actividad.....	78
TABLA No.10. Tipo de Vivienda.....	79
TABLA No.11. Tenencia o propiedad de la vivienda.....	80
TABLA No.12. Procedencia principal del agua recibida.....	80
TABLA No.13. Procedencia de luz eléctrica	81
TABLA No.14. Eliminación de la basura	81
TABLA No.15. Disponibilidad de teléfono convencional.....	82
TABLA No.16. Disponibilidad de teléfono celular	82
TABLA No.17. Disponibilidad de internet	83
TABLA No.18. Disponibilidad de computadoras.....	83
TABLA No.19. Capacidad de los establecimientos que prestan el servicio de alimentos y bebidas según categoría y provincia.....	101
TABLA No.20. Capacidad de los Establecimientos de Alojamiento	103
TABLA No.21. Llegada de extranjeros al Ecuador	104
TABLA No. 22 Estimación de Desplazamiento – Turismo Interno	105
TABLA No.23. Proyección Demanda Turistas para la Provincia del Carchi	108

TABLA No.24. Proyección Demanda Provincia del Carchi.....	109
TABLA No.25. Beneficiarios Directos.....	120
TABLA No.26. Monto de Inversión.....	121
TABLA No.27. Plazo de Ejecución.....	123
TABLA No.28. Estructura Analítica del Proyecto EAP.....	124
TABLA No.29. Matriz de Marco Lógico.....	133
TABLA No.30. Recepción.....	138
TABLA No.31. Sala de Juegos.....	138
TABLA No.32. Habitación Decorada.....	139
TABLA No.33. Muebles Comedor y Equipo.....	139
TABLA No.34. Lencería.....	140
TABLA No.35. Equipos Administración.....	140
TABLA No.36. Equipos Cocina.....	141
TABLA No.37. Totales.....	141
TABLA No.38. Número de Empleados para Hostería.....	141
TABLA No.39. Sueldo Empleados.....	143
TABLA No.40. Servicios Básicos.....	144
TABLA No.41. Materiales de oficina.....	144
TABLA No.42. Artículos de Limpieza.....	145
TABLA No.43. Publicidad.....	145
TABLA No.44. Combustible y Mantenimiento MINI VAN.....	146
TABLA No.45. Costo Diario Persona Alimentación.....	146
TABLA No.46. Cálculo Clientes por Día-Semana.....	147
TABLA No.47. Calendario Año 2012.....	148

TABLA No.48. Cálculo Número Huéspedes por Mes y Anual	149
TABLA No.49. Costo Alimentación Huéspedes	150
TABLA No.50. Capital Trabajo.....	152
TABLA No.51. Gastos Varios	152
TABLA No.52. Consolidación Capital Trabajo.....	153
TABLA No.53. Ingresos Cálculo Clientes por Día-Semana.....	154
TABLA No.54. Cálculo Ingreso Habitaciones por Mes-Anual	155
TABLA No.55. Ingresos Alimentación por Alimentación Huéspedes	156
TABLA No.56. Consolidado Ingresos	157
TABLA No.57. Inversión Total	158
TABLA No.58. Estructura de Financiamiento del Proyecto.....	159
TABLA No.59. Vehículo Mini Van.....	159
TABLA No.60. Obra Civil.....	160
TABLA No.61. Muebles y equipos de Hostería	161
TABLA No.62. Amortización Acumulada Gastos de Constitución	161
TABLA No.63. Depreciación y Amortización Acumulada 2012-2016.....	162
TABLA No.63.1. Depreciación y Amortización Acumulada 2017-2021	162
TABLA No.64. Costos Fijos 2012-2016	163
TABLA No.64.1. Costos Fijos 2017-2021	163
TABLA No.65. Costos Variables 2012-2016	164
TABLA No.65.1. Costos Variables 2017-2021	165
TABLA No.66. Costos Totales 2012-2016.....	165
TABLA No.66.1. Costos Totales 2017-2021	166
TABLA No.67. Proyección Balance de Resultados.....	168

TABLA No.67.1. Proyección Balance de Resultados.....	169
TABLA No.68. Flujo de Caja 2012-2016.....	171
TABLA No.68.1. Flujo de Caja 2017-2021	171
TABLA No.69. VAN.....	173
TABLA No.70. PRI	174
TABLA No.71. TIR	175
TABLA No.72. Costo/Beneficio.....	177
TABLA No.73. Inversión Total dos Proyectos.....	178

INDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No.1. PIB Histórico Y Estimado	22
GRÁFICO No.2. Balanza Comercial Análisis de tres periodos ENERO – AGOSTO, AÑOS: 2008-2009-2010.	23
GRÁFICO No.3. Inflación Histórica	24
GRÁFICO No.4. Tasa Activa Periodo: Diciembre 2009 a Diciembre 2010	25
GRÁFICO No.5. Tasa Pasiva Periodo: Diciembre 2009 a Diciembre 2010.....	26
MAPA No.1. HUACA TURISTICO ECUADOR	34
MAPA No.2. FOTO SATELITAL	35
GRÁFICO No.6. Proyección Demanda Turística	108
GRÁFICO No.7. Proceso de Talleres	114
GRÁFICO No.8. Árbol de Problemas	116
GRÁFICO No.9. Financiamiento Externo	179
GRÁFICO No.10. Financiamiento Interno	179
GRÁFICO No.11. Inversión Total	180

**TEMA: “PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL CANTON SAN PEDRO DE
HUACA EN LA PROVINCIA DEL CARCHI”**

**TOPIC: “TOURISM DEVELOPMENTPLAN FOR THE CITY SAN PEDRO OF HUACA
IN CARCHI PROVINCE”**

RESUMEN EJECUTIVO

En el cantón San Pedro de Huaca se encuentra una dolorosa realidad por la falta de recursos económicos y el poca interés de las autoridades locales, aquí se encuentra hermosos lugares como paramos, bosques llenos de variedades en flora y fauna, así también eventos de fiel religiosidad con la que cuenta la población de este hermoso cantón. Por estos y otros más motivos hemos decidido implementar un Plan de desarrollo turístico en el que tanto la comunidad y las autoridades pudieran avizorar el desarrollo tanto económico, cultural y social que puede llegar a tener San Pedro de Huaca con una buena infraestructura logística, capacitación profesional para promocionar e informar a los turistas que llegan al Ecuador. Hemos diseñamos perfiles de proyecto en los cuales se puede mostrar como la comunidad debe funcionar y desenvolverse para obtener un crecimiento a mediano plazo y con una baja inversión.

Palabras Claves

TURISMO / DESARROLLO / ECOLOGICO / SOSTENIBLE

ABSTRACT

In the town San Pedro of Huaca there are pity activity because of economic resources and the authority doesn't take care it, there are beautiful places such as highlands, forest with variety of flora and fauna, they have events of religious that the people are interested of this town. For this and other reasons we had decided include a Plan of Tourism in which the community and the authorities could see the economic, cultural and social project that can get this town San Pedro of Huaca with a good logistic and capacity professional to promote and inform to the tourist to come to Ecuador. We have to designed different projects in with it can show you as the community should do the things to get an increase in a good time and with low inversion.

keywords

TOURISM / DEVELOPMENT / ECOLOGICAL / SUSTAINABLE.

CAPITULO I

CAPITULO I

1. PLAN DE TESIS

1.1. TEMA:” PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL CANTON SAN PEDRO DE HUACA EN LA PROVINCIA DE CARCHI”

1.2. Antecedentes

El cantón Huaca se encuentra localizado al noreste de la Provincia de Carchi a 23.5 Km del cantón Tulcán y a 34 Km del límite fronterizo con Colombia. El cantón Huaca de la Provincia de Carchi fue creado el 8 de Diciembre de 1995. Es una zona eminentemente agrícola y ganadera, su pueblo se caracteriza por su formidable colaboración al trabajo mingüero, por sus encantos naturales su gastronomía, por cultura se convierte en destino potencial para los turistas¹.

El cantón se divide en dos parroquias, una urbana y una rural: San Pedro de Huaca y Mariscal Sucre respectivamente.

Las parroquias de Huaca y Mariscal Sucre, se encuentran en la parte sur-este del cantón, son tierras de contrastes en las que se puede practicar las diferentes modalidades de turismo ya que poseen riqueza en paisajes, historia, arqueología, fiestas populares, culturas que son atractivas para el turismo.

La organización de mayor representatividad es el Municipio del Cantón, su alcalde es el señor Ab. Campo Elías Paspuel que fue elegido por voto popular para cumplir con las disposiciones del pueblo durante el periodo 2009 – 2014.

El cantón Huaca tiene una población de 6749 habitantes y una la densidad demográfica es de 49 habitantes por kilómetro cuadrados, según datos del censo del 2001.

El cantón está limitado al norte y oeste el cantón Tulcán, al este la Provincia de Sucumbíos y al sur el cantón Montufar.

La ciudad de Huaca se caracteriza no sólo por su centro urbano rico en arquitectura colonial y sus tradiciones, sino también por ser sede de uno de los santuarios más admirados de la provincia, la iglesia de la Virgen de la Purificación, pureza que se ve reflejada en el corazón de su gente y de su naturaleza compuesta de bosques, cascadas y ríos que en conjunto forman un área de incalculable valor. También por las parroquias que componen el cantón en las que se pueden realizar diversas

¹ Guía Turística Región Sierra Norte, Ministerio de Turismo

actividades desde un paseo por sitios naturales como la Estación Biológica Guanderas donde se puede admirar un orquideario, programas de regeneración natural, se experimenta el cultivo de vegetales orgánicos y se trabaja incentivando la agricultura orgánica en áreas de influencia. Así mismo podemos disfrutar del Cerro Mirador el cual tiene una altitud de 3.831 m.s.n.m, que permite mirar la cordillera Oriental de los Andes, y La Hoya del Chota, en una vista panorámica de extraordinaria belleza.

1.3. Justificación

El sector turístico es muy importante para la economía ecuatoriana ya que es una actividad generadora de ingresos, ya que en el año 2010 inyectó US\$ 155 millones, así como también de fuentes de empleos con 23,45% a nivel nacional, por lo cual se vuelve de vital importancia impulsar el desarrollo turístico en nuestro país. Estudios realizados muestran que nuestra principal fuente de ingresos, el petróleo al ser un recurso no renovable va a desaparecer, esto es corroborado por miembros de la Marina del Ecuador, los cuales están encargados de la administración de PETROECUADOR, ellos afirman que el Ecuador tiene en reservas de petróleo para 30 años más, es decir 6.542 miles de millones de barriles y es por esto que se debe buscar fuentes alternativas como por ejemplo el turismo, ya que esta actividad es generadora de beneficios económicos y productivos, que no necesariamente están relacionados con esta actividad.

Por ello se vuelve indispensable realizar un Plan de Desarrollo Turístico para este sector ya que esta rama de actividad es una opción viable como segmento económico para el cantón Huaca.

Un motivo importante para mejorar el turismo en el cantón Huaca y específicamente en las parroquias de Huaca y Mariscal Sucre, se expresa en que es quizá una de las perspectivas más claras para generar un desarrollo económico sostenido, al estar nuestra economía basada en la exportación de productos primarios como es el caso del Petróleo 51,37%, Banano 15,65%, Café 1,02%, Camarón 5,00% y Cacao 2,44% que están sujetos a las políticas e intereses de los países desarrollados, con un nivel de desarrollo industrial realmente bajo, con el escaso desarrollo científico y tecnológico y que es inversamente proporcional al de los países desarrollados, no nos queda sino buscar un desarrollo alternativo como lo es el turismo con sus inmensas posibilidades de explotación. La posición geográfica, la variedad de pisos climáticos, la inmensa riqueza en flora y fauna, la pluriculturalidad lo convierten en un país de privilegio y que permite potenciar el turismo y convertirse en una fuente generadora de divisas y de empleo vía directa e indirectamente.

Los atractivos naturales que tiene la ciudad de Huaca se ha convertido en el anzuelo para atraer a miles de turistas nacionales y extranjeros, lo que reafirma el potencial turístico del lugar y se lo demuestra con las cifras que emite el Consejo Municipal, la cual indica que en los últimos 5 años han visitado el Cantón Huaca cerca de 110373 turistas. La idea es fortalecer el desarrollo turístico, ecológico y cultural basándose en las riquezas naturales y culturales generando un valor agregado

como recurso turístico, con la implementación de la ruta Huaca – Mariscal Sucre considerándola como un servicio turístico a parte de los básicos y complementarios . Proponer por medio de un estudio de manejo turístico responsable y técnico con un ambiente limpio, culturas auténticas, áreas naturales bien conservadas y actores locales organizados para el desarrollo humano sostenible. Por tanto al implementar el desarrollo turístico se quiere mostrar cuales son las potencialidades que ya existe en esta región y que brinda oportunidades de desarrollo socio-económico para la población de la zona, pues serán los beneficiarios directos.

1.4. Identificación del Problema

La falta de interés de anteriores administraciones y el bajo nivel de explotación racional de los atractivos turísticos que posee el Cantón San Pedro de Huaca (parroquias Huaca y Mariscal Sucre), no permite el desarrollo turístico, y la falta de oportunidades de que los viajeros que transitan, permanezcan, conozcan y aprovechen los recursos que posee este sector y esto genere un mayor fortalecimiento económico para sus habitantes, actualmente el sector no ha sido explotado, por ello es necesario mantener el valor natural y cultural de la zona.

1.5. Delimitación Espacial y Temporal

El estudio se realizará en el Cantón Huaca, en sus 2 parroquias 1 urbana y 1 rural, San Pedro de Huaca y Mariscal Sucre respectivamente que se encuentran localizadas en el noreste geográfico del Carchi, a 23,5 kilómetros de Tulcán y 34 kilómetros de límite fronterizo con Colombia.

Debido a las bondades turísticas que este lugar presta, su fácil acceso y la calidez de su gente. Se tomará como base los últimos 5 años con el fin de recopilar información, sistematizarla y poder llevar a cabo la creación de la Ruta turística.

1.6. OBJETIVOS

1.6.1. Objetivo General

- Elaborar un Plan de Desarrollo Turístico para las Parroquias de Huaca y Mariscal Sucre a través de la utilización de los sitios naturales y manifestaciones culturales existentes en el lugar para posicionarlo como destino turístico y mejorar el desarrollo económico de la comunidad.

1.6.2. Objetivo Específico

- Analizar la situación del turismo en las parroquias de Huaca y Mariscal Sucre desde un enfoque global y local.
- Identificar la oferta y demanda turística del sector.
- Proponer la ruta turística Huaca – Mariscal Sucre.

1.7. HIPOTESIS

1.7.1. Hipótesis General

- La elaboración e implementación de un Plan de Desarrollo Turístico para las parroquias de Huaca y Mariscal Sucre se logrará utilizar de manera eficiente sus recursos naturales y culturales, lo que permitirá obtener ingresos desencadenados por el dinamismo del sector turístico que permita mejorar las condiciones de vida de sus habitantes.

1.7.2. Hipótesis Específica

- Con el conocimiento de la situación del turismo en las parroquias de Huaca y Mariscal Sucre podremos identificar sus principales debilidades y problemáticas, así como también sus fortalezas y oportunidades.
- Estimar el mercado turístico del sector permitirá incrementar la afluencia turística hacia la ruta y por ende ubicar a la zona como uno de los principales destinos turísticos.
- La propuesta de la ruta turística Huaca – Mariscal Sucre logrará incrementar y fortalecer la situación económica, cultural, social y ambiental del sector.

1.8. METODOLOGÍA

1.8.1. MÉTODOS

Los métodos a utilizarse en el estudio son:

Método Deductivo: Es aquel que parte de datos generales aceptados como validos para llegar a una conclusión de tipo particular.

Método Inductivo: Es aquel que parte de los datos particulares para llegar a conclusiones generales.

Método empírico-analítico: Conocimiento basado en la experiencia, y analítico porque tiene en cuenta variables que se analizan en forma particular. Es muy utilizado en las ciencias naturales y sociales o humanas.²

Método Sintético: Es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos. Consiste en la reunión racional de varios

² <http://www.mailxmail.com/curso-tesis-investigacion/metodologia-investigacion-cientifica-metodos>

elementos dispersos en una nueva totalidad, este se presenta más en el planteamiento de la hipótesis.³

Método histórico: Está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica. Para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia.⁴

Método de la Observación Científica: La observación científica como método consiste en la percepción directa del objeto de investigación. La observación investigativa es el instrumento universal del científico. La observación permite conocer la realidad mediante la percepción directa de los objetos y fenómenos. En la presente investigación este método permitirá conocer la calidad de infraestructura hotelera así como los lugares potencialmente turísticos del Cantón Huaca.

Método de la medición: Basado en la experiencia y verificable en estadísticas.

Método Estadístico: Este método se usa para recopilar, elaborar e interpretar datos numéricos por medio de la búsqueda de los mismos y poder dar cumplimiento a los requerimientos de validez y precisión de las variables en estudio.

1.8.2. TÉCNICAS

Revisión de Bibliografía especializada: Esta fase comprende la investigación y consulta de todas las fuentes de información posibles, en cuanto al sector turístico y las actividades relacionadas con este, así como la revisión de base de datos de instituciones como el Ministerio de Turismo, Banco Central, Municipio de Huaca, Cámara de Turismo, Organización Mundial de Turismo, entre otras. Esta indagación debe incluir un conocimiento aceptable del que comprende la investigación.

Fichaje de la información: El fichaje es una técnica auxiliar de todas las demás técnicas empleada en investigación científica; consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales, debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación se la usará porque constituye un valioso auxiliar en esa tarea, al ahorrar tiempo, espacio y dinero.

Entrevista a actores principales: La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes

³ ibidem

⁴ ibidem

en la misma. Esta técnica permitirá obtener información de los empresarios turísticos, autoridades y habitantes del cantón Huaca y las parroquias de Huaca y Mariscal Sucre para conocer cuál es su posición frente a la actividad turística.

Encuesta a turistas: La encuesta es una técnica de adquisición de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado en una muestra sobre un asunto dado. La encuesta se la hará a los turistas que llegan al cantón para conocer entre otros aspectos preferencias, ingresos, porcentaje de gasto.

Cuestionario: El cuestionario es un instrumento básico de la observación en la encuesta y en la entrevista. En el cuestionario se formula una serie de preguntas que permiten medir una o más variables. Posibilita observar los hechos a través de la valoración que hace de los mismos el encuestado o entrevistado, limitándose la investigación a las valoraciones subjetivas de éste.

Sistematización de Información secundaria: Una vez que se tuvo recopilada información suficiente en registros ampliados y diario, se prosigue a sistematizar los contenidos y hechos. La sistematización posibilita comprender cómo se desarrolla la experiencia, por qué se da precisamente de esta manera; da cuenta de cuáles fueron los cambios que se produjeron, cómo se produjeron y por qué se produjeron. “Al aplicar la sistematización se podrán diferenciar los elementos constantes en la práctica de los ocasionales, los que quedaron sin continuidad en el trayecto, los que incidieron en la creación de nuevas pistas y líneas de trabajo, los que expresan vacíos que se han ido arrastrando constantemente. Asimismo, permite determinar los momentos de surgimiento, de consolidación, de desarrollo, de ruptura, etc., dentro del proceso y cómo los distintos factores se han comportado en cada uno de ellos” (Jara 1997:31).⁵

Análisis de la Información presupuestaria: El análisis de información presupuestaria permitirá obtener herramientas para visualizar y comprender las diferentes relaciones de los elementos y recursos participantes en el sector turístico para dimensionar su incidencia en las variables económicas.

Cálculo de Indicadores: Esta técnica permite medir las variables planteadas en la investigación para así, poder respaldar acciones políticas, evaluar logros y metas. Sirven para poder objetivar una situación determinada y a la vez poder evaluar su comportamiento en el tiempo mediante su comparación con otras situaciones que utilizan la misma forma de apreciar la realidad. En consecuencia, sin ellos tendríamos dificultades para efectuar comparaciones.

⁵ <http://www.eumed.net/libros/2009a/469/ANALISIS%20Y%20SISTEMATIZACION%20DE%20DATOS.htm>

Análisis de tablas de contingencia: Las tablas de contingencia se emplean para registrar y analizar la relación entre dos o más variables, habitualmente de naturaleza cualitativa (nominales u ordinales). Su análisis será útil para evaluar los resultados de las encuestas realizadas.

1.8.3. LAS VARIABLES E INDICADORES

DOMINIO	VARIABLES	INDICADORES	FORMA DE CALCULO
Turismo	Oferta turística	Tasa de cobertura en infraestructura turística	# de pernотaciones/Capacidad de hoteles y hosterías
		# de zonas que se pueden ofertar turísticamente	Zonas reestructuradas de zonas paisajísticas totales
		Precios	Montos totales
	Demanda turística	Precios	Montos totales
	Balanza Turística	Relación ingreso vs egreso de divisas	Ingreso de divisas/egreso de divisas
	PIB	% de participación del sector turístico en el PIB	sector turístico/PIB
Turistas	Participación Estatal	Monto de presupuesto destinado al sector turístico	Monto en turismo de monto total
	Entrada y Salida de Turistas	Estadísticas	Cálculo de porcentaje de los turistas nacionales y extranjeros
Actividad Económica	Rentabilidad	Número de hosterías y diferentes centros turísticos	Cálculo de índices financieros y económicos.
	Empleo	% de la PEA empleada en el sector turismo	Empleados en el sector turismo/PEA

1.9. PLAN ANALÍTICO

Capítulo I:

1. PLAN DE TESIS

- 1.1.** Tema: “Plan de Desarrollo Turístico para el Cantón San Pedro de Huaca en la Provincia de Carchi”
- 1.2.** Antecedentes
- 1.3.** Justificación
- 1.4.** Identificación del Problema
- 1.5.** Delimitación espacial y temporal
- 1.6.** Objetivos
 - 1.6.1.** Objetivo General
 - 1.6.2.** Objetivos Específicos
- 1.7.** Hipótesis
 - 1.7.1.** Hipótesis General
 - 1.7.2.** Hipótesis Específicas
- 1.8.** Metodología
 - 1.8.1.** Métodos
 - 1.8.2.** Técnicas
 - 1.8.3.** Variables e Indicadores
- 1.9.** Plan Analítico
- 1.10.** Cronograma de actividades

Capítulo II:

2. TURISMO GLOBAL Y LOCAL

- 2.1.** El turismo en el mundo
- 2.2.** La actividad turística en el Ecuador.
 - 2.2.1.** Evolución de la Industria Turística.
- 2.3.** Indicadores Macroeconómicos.
 - 2.3.1.** PIB.
 - 2.3.2.** Balanza Comercial
 - 2.3.3.** Inflación
 - 2.3.4.** Tasas de Interés
- 2.4.** Provincia del Carchi
 - 2.4.1.** Historia
 - 2.4.2.** Geografía

- 2.4.3. Economía
- 2.4.4. División Territorial
- 2.4.5. Toponimia
- 2.4.6. Comidas Típicas
- 2.4.7. Atractivos Turísticos
- 2.5. Cantón San Pedro de Huaca en la Provincia del Carchi
 - 2.5.1. Historia
 - 2.5.2. Situación Geográfica del Cantón
 - 2.5.2.1. Localización
 - 2.5.2.2. Ubicación Geográfica
 - 2.5.2.3. Limites
 - 2.5.2.4. Parroquias
 - 2.5.2.5. Población total
 - 2.5.2.6. Datos Generales
 - 2.5.2.7. Geografía
 - 2.5.2.8. Hidrografía
 - 2.5.3. Árbol de Problemas

Capítulo III:

3. Marco Teórico

- 3.1. Desarrollo Económico
 - 3.1.1. Economía del Desarrollo
- 3.2. Desarrollo social
 - 3.2.1. Desarrollo Social en la ONU
 - 3.2.2. Desarrollo Rural
 - 3.2.3. Desarrollo Local
 - 3.2.3.1. Definición
- 3.3. Sostenibilidad
 - 3.3.1. Principios y Conceptos
 - 3.3.2. Escala y Contexto
 - 3.3.3. Medida de la Sostenibilidad
 - 3.3.3.1. Triple Resultado
 - 3.3.3.2. Índice Desempeño Ambiental
 - 3.3.4. Sostenibilidad y el Ambiente
 - 3.3.5. Gestión Ambiental

3.3.5.1. La Norma ISO 14 000

3.4. Actividad Turística

3.4.1. Productos Turísticos

3.4.1.1. Tipología de Productos Turísticos

3.4.1.2. Servicios turísticos

3.4.1.3. Información Turística

3.4.1.4. Servicios de Acogida

3.4.1.5. Empresas Turísticas

3.4.1.6. Hotelería

3.4.1.7. Restauración

3.4.1.8. Transporte

3.4.1.9. Agencias de Viajes (AA.VV.)

3.4.1.10. Otras Empresas Relacionadas

3.5. Desarrollo Turístico Sostenible

Capítulo IV:

4. ESTUDIO DE MERCADO

4.1. Población y Sexo

4.1.1. Grupos de Edad

4.1.2. Auto identificación Racial

4.1.3. Analfabetismo

4.1.4. Rama de Actividad

4.2. INFRAESTRUCTURA

4.2.1. Tipo de Vivienda

4.2.2. Propiedad de la Vivienda

4.2.3. Procedencia del Agua

4.2.4. Procedencia de la Luz Eléctrica

4.2.5. Eliminación de la Basura

4.2.6. Teléfono Convencional

4.2.7. Teléfono Celular

- 4.2.8. Disponibilidad de Internet
- 4.2.9. Disponibilidad de Computadora
- 4.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA
 - 4.3.1. Atractivos Turísticos
 - 4.3.1.1. Inventario de Atractivos Turísticos del Cantón Huaca
 - 4.3.1.2. Etapas para la elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos
 - 4.3.1.3. ESTACION BIOLOGICA GUANDERAS
 - 4.3.2. Manifestaciones Culturales
 - 4.3.2.1. Fiestas de Cantonización de San Pedro de Huaca
 - 4.3.3. Gastronomía
 - 4.3.3.1. Queso Amasado
 - 4.3.3.2. Champús
 - 4.3.3.3. Cuy Asado
 - 4.3.4. Artesanías
 - 4.3.5. Compañía de Transportes
 - 4.3.6. Problema del Turismo Local
 - 4.3.6.1. Infraestructura Hotelera y de Restaurantes
 - 4.3.6.2. Capacitación de los Establecimientos que prestan el servicio de alimentación y bebida según categoría y provincia
- 4.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA
 - 4.4.1. Desplazamiento Turismo Interno
 - 4.4.2. Demanda Turismo Provincia del Carchi
 - 4.4.3. Proyección de la Demanda
 - 4.4.4. Demanda Turística Cantón Huaca
 - 4.4.5. Problema Central
- 4.5. ANÁLISIS FODA
 - 4.5.1. Fortalezas

4.5.2. Oportunidades

4.5.3. Debilidades

4.5.4. Amenazas

4.6. PLAN DE INVERSIONES

4.6.1. Perfil Proyecto Talleres Turísticos

4.6.2. Perfil Proyecto de Fortalecimiento de la Infraestructura Turística

Capítulo V:

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

5.2. RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

1.10. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

[illegible]

CAPITULO II

CAPÍTULO II

2. TURISMO GLOBAL Y LOCAL

2.1. EL TURISMO EN EL MUNDO

En concreto, el **turismo mundial ha crecido un 5 por ciento** durante los dos primeros meses del año 2011. Sólo en los países de Oriente Medio y del Norte de África, el turismo ha decrecido respecto a los dos primeros meses del año pasado.⁶

A continuación se detalla unos **datos claves de la mejora del turismo mundial en los inicios de 2011**.

En todo el mundo se han producido **124 millones de llegadas turísticas** en los meses de enero y febrero de 2011, frente a los 119 millones del mismo periodo de 2010, con un mayor crecimiento en los países emergentes (+6 por ciento) frente a las economías más avanzadas (+4 por ciento).⁷

En Europa el comportamiento del turismo ha sido mejor del esperado, con un **crecimiento del 6 por ciento**, debido a la recuperación en la Europa Central y del Este, y en buena medida por el desvío de la demanda hacia los países sureños, como España, tras los acontecimientos políticos del Norte de África (caída del turismo en un 9 por ciento) y Oriente Medio (caída de un 10 por ciento).⁸

En **América** el turismo ha crecido un 5 por ciento respecto a los datos inicios del 2010, con mayor énfasis en Sudamérica y América Central.

En cambio, en Europa el crecimiento del turismo se ha quedado en un 3,2 por ciento y en América, un 7,7 por ciento. En concreto, en Europa los países cuya recepción de turistas ha crecido más en 2010 han sido Alemania (+11 por ciento) y Turquía (+6 por ciento).⁹

Otro dato destacado de los datos de la Organización Mundial de Turismo, es que **China se ha convertido en el tercer país del mundo en la recepción de turistas**, tras Francia y Estados

⁶ <http://turismomundial.net/>

⁷ www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo/

⁸ www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo/

⁹ www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo/

Unidos, y superando a **España**, que en **2010** habrá tenido **53 millones de turistas** internacionales.¹⁰

Esto supone que España ha incrementado en poco más de un uno por ciento sus datos del 2009, cuando perdimos 7 millones de turistas internacionales.

En cuanto a los **ingresos por turismo internacional**, cabe destacar que los países emisores de mayor gasto turístico en 2010 por el mundo han sido China (+17 por ciento), Rusia (+26 por ciento), Arabia Saudita (+28 por ciento) y Brasil (+52 por ciento).

Las primeras **previsiones para el año 2011 de la Organización Mundial de Turismo OMT** sobre la **evolución del turismo**, esperan un mayor crecimiento en los países de Oriente Medio y Asia (entre un 7 y 10 por ciento), mientras que el incremento estimado en Europa es de entre un 2 y un 4 por ciento.

“Entre 2010 y 2020, el turismo mundial vivirá el mayor crecimiento de su historia, con la llegada de mercados emergentes como China y La India, señala un estudio elaborado por la Asociación Profesional de Solidaridad en el Turismo (APS), cuyo resumen fue presentado como anticipo a la celebración, del 11 al 14 de marzo, del Salón Mundial del Turismo de París, si bien el texto íntegro no se dará a conocer hasta el mes de septiembre. Según los autores del informe, la llegada de mercados emergentes, así como el desarrollo de los viajes de proximidad, es decir, estancias cortas en el eje norte-sur, serán factores importantes en esta evolución”.¹¹

La APS, organismo que se encarga de la protección de los usuarios en caso de que las compañías de viajes sufran algún problema, constata un comportamiento de los turistas cada vez más influido por la importancia de la célula familiar y la gestión del tiempo, tanto en Francia como en el resto de Europa, así como por la búsqueda de la "ociosidad".

Asimismo, será cada vez mayor el número de clientes con edades avanzadas, tanto en términos de mercado gracias a su poder adquisitivo como en su papel de motor del sector por ser una demanda cada vez más exigente. En ese sentido, otro estudio de la asociación europea de consultores B y P, publicado con ocasión del Salón, señala que los mayores de 60 años hacen una media de 2,3 desplazamientos al año y el 9,8% de los mayores de 70 años viajan al menos una vez al año.¹²

¹⁰ www.grupovisiting.com/blog/estadisticas-de-turismo-a-nivel-mundial-organizacion-mundial-del-turismo/

¹¹ <http://unwto.org/es>

¹² <http://www.turismoencifras.info/gastoturistico/item/68-edad-estudios-y-gasto-tur%C3%ADstico-de-los-residentes-en-espa%C3%B1a.html>

Según este último estudio, realizado en nueve países europeos entre más de 15.000 familias, los hijos del "baby boom", es decir, los nacidos en 1950, no empezarán a hacer su aparición en el mercado turístico hasta al menos el año 2005, con lo que la gran masa hará su entrada en el periodo 2010-2020, que resulta muy prometedor.

La asociación europea revela que el 61% de los ciudadanos considera "indispensables" las vacaciones, así como que las poblaciones del norte del continente viajan más que las del sur. En este sentido, los noreuropeos pasan más de 16 días fuera de sus casas, frente a los 9 días de los sureuropeos.¹³

Por su parte, la Organización Mundial del Turismo (OMT) estima que el número de desplazamientos se doblará de aquí a 2020, cuando se calcula que habrá unos 1.560 millones.

En la Unión Europea (UE), el turismo representa el 5% del Producto Interior Bruto (PIB), con 2,2 millones de empresas y 7,7 millones de empleos

2.2. LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ECUADOR.

El crecimiento sostenido de los mercados turísticos de América del Sur, marcaron el barómetro turístico de Ecuador durante el 2010, según las estadísticas del Ministerio de Turismo elaboradas en base a la información preliminar proporcionada por la Dirección Nacional de Migración. Así, los mercados que mayor porcentaje de evolución muestran son: Argentina con el 35,2 % de incremento (de 22.675 en 2009 a 30.648 en 2010), seguido de Colombia con el 27,4% (de 160.116 entradas en 2009 a 203.914 en 2010) y Venezuela cuyo mercado emisor ha crecido el 7,3% (29.416 en 2009 a 31.558 en 2010). Estos resultados van de la mano con la priorización de la región en estrategias de promoción del Ecuador como destino que incluyó actividades como la Semana de Ecuador en Perú llevada a cabo en octubre de 2010.¹⁴

Entre los principales mercados emisores registrados en el período Enero-Diciembre 2010 se encuentran: Estados Unidos con el 23,79 % equivalente a 249.062 personas que han ingresado a nuestro país, seguido de Colombia con el 19,48 % de participación que representa 203.914; y en tercer puesto se encuentra Perú con un porcentaje del 14,73 que son 154.184 visitantes. Mercados

¹³ <http://www.turismoencifras.info/gastoturistico/item/68-edad-estudios-y-gasto-tur%C3%ADstico-de-los-residentes-en-espa%C3%B1a.html>

¹⁴ Osorio luna Luís,(2010) Ecuador Proyección al 2020, Edit. Universidad Alfredo Pérez Guerrero,p.360.

como España, Alemania, Gran Bretaña y Francia contribuyen con llegadas al país, porcentajes relativos de: 5,64%, 2,39%, 2,14% y 1,94% respectivamente.¹⁵

El registro de entradas internacionales de las diferentes Jefaturas de Migración ubicadas a escala nacional, nos proporciona estadísticas del movimiento por sitio. Es así que por la Jefatura de Migración de Pichincha, (Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre) ingresaron 460.872 personas, lo que representa la provincia con mayor número de entradas, seguida por Guayas con 282.032; (Aeropuerto José Joaquín de Olmedo), Carchi con 120.233 y Huaquillas con 156.486 ingresos. En este año Loja también reporta ingresos por 14.894 y otras Jefaturas 18.451, dando un total de 1'046. 968 visitantes, lo que refleja un incremento del 8,10% en comparación con el mismo período del 2009.

Es preciso señalar que en cuanto a la entrada de extranjeros al Ecuador a través de las principales Jefaturas de Migración, el 70,96% lo hace vía aérea y el 25,86% vía terrestre.

Las estadísticas de cierre de 2010 dejan un balance positivo de crecimiento de visitantes que arribaron al Ecuador, sobrepasando el millón de turistas previsto. La región y países vecinos continuarán siendo, durante el 2011, mercados estratégicos a donde se dirigirán estrategias de promoción que consideran proveer el entorno propicio para la realización de contactos y posterior generación de negocios para los empresarios ecuatorianos; incrementar las relaciones con el “trade” local e internacional; fortalecer el posicionamiento de la marca país; promover el conocimiento del destino Ecuador; posicionar a nuestro país como comprometido con el turismo consciente que ofrece servicios de calidad; y fortalecer el papel del Ministerio de Turismo como rector del desarrollo de la actividad turística.

2.2.1. EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA.

El **Turismo ecológico** o **ecoturismo** es una nueva tendencia del Turismo Alternativo diferente al Turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajantes. Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general el turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas/grupos/cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio.

Debido a su auge, el ecoturismo ya se convirtió en el segmento de más rápido crecimiento y el sector más dinámico del mercado turístico a escala mundial. Este movimiento apareció a finales de

¹⁵ Ibíd.,p.361.

la década de 1980, y ya ha logrado atraer el suficiente interés a nivel internacional, al punto que la ONU dedicó el año 2002 al **turismo ecológico**. La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES) define ecoturismo como *"un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local"*.¹⁶

El genuino ecoturismo debe seguir los siguientes siete principios, tanto para quienes operan los servicios como para quienes participan:

1. minimizar los impactos negativos, para el ambiente y para la comunidad, que genera la actividad;
2. construir respeto y conciencia ambiental y cultural;
3. proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones;
4. proporcionar beneficios financieros directos para la conservación;
5. proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local;
6. Crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones;
7. Apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales.

“Pese a su corta existencia, el ecoturismo es visto por varios grupos conservacionistas, instituciones internacionales y gobiernos como una alternativa viable de desarrollo sostenible. Existen países como Costa Rica, Kenia, Madagascar, Nepal y Ecuador (Islas Galápagos) donde el turismo ecológico produce una parte significativa de los ingresos de divisas provenientes del sector turístico, e incluso en algunos casos, de la economía del país”¹⁷.

2.3. INDICADORES MACROECONÓMICOS.

2.3.1. PIB

Fernando Pozo Crespo, presidente de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador y gerente general del Banco del Pichincha fue el expositor de la conferencia “Perspectivas económicas para el Ecuador en 2010”, organizada por la Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana de Cuenca.

Durante su intervención Fernando Pozo manifestó que es difícil avizorar los temas con claridad en este momento de procesos, y que más bien es factible tener grandes lineamientos por donde cree pueden ir las variables.

¹⁶ www.turismoglobal/ecoturismo/paises/

¹⁷ www.wikipedia.org/ecoturismo

Por eso cree que hay muchas variables que todavía se tienen que configurar, y lastimosamente no se visualiza hasta ahora un nivel de crecimiento de la economía como sugiere el Banco Central que habla del 6%. Todos los elementos señalan que el crecimiento puede ser mucho menor, pero habrá que ver qué pasa, manifestó.

El Fondo Monetario Internacional (FMI) señala que la economía de la región andina seguirá recuperándose como el resto de América Latina, especialmente en el caso de los países exportadores de materias primas, pero no todos los países se beneficiarán de este impulso. En su informe "Perspectivas Económicas Mundiales", divulgado este miércoles, el FMI afirma que la economía de Perú, Bolivia y Ecuador crecerá en 2010 más de lo previsto en el mismo documento publicado hace seis meses. ECUADOR.- La economía ecuatoriana avanzará este (2010) un 2,5%, considerablemente por encima del 1,5% previsto hace seis meses. En 2011, el PIB mejorará algo menos con una subida del 2,3%.¹⁸

Para este año, el FMI pronostica una tasa de inflación del 4% y del 3,5% en 2011, por debajo del 5,1% de 2009. De darse estas estimaciones resultaría que la economía ecuatoriana mejoraría sus expectativas en relación con el año 2009; por lo que resulta un factor favorable para la recuperación de los sectores productivos ecuatorianos y en especial para el sector automotriz porque de mejorar la economía nacional e internacional podrá recuperarse de la recesión que afectó a este sector el año 2009. De recuperarse el PIB nacional, será factor positivo para la economía ecuatoriana y para el sector productivo ecuatoriano.

¹⁸ EFE Miércoles 21 de Abril de 2010 11:27

TABLA No.1. PRODUCTO INTERNO BRUTO

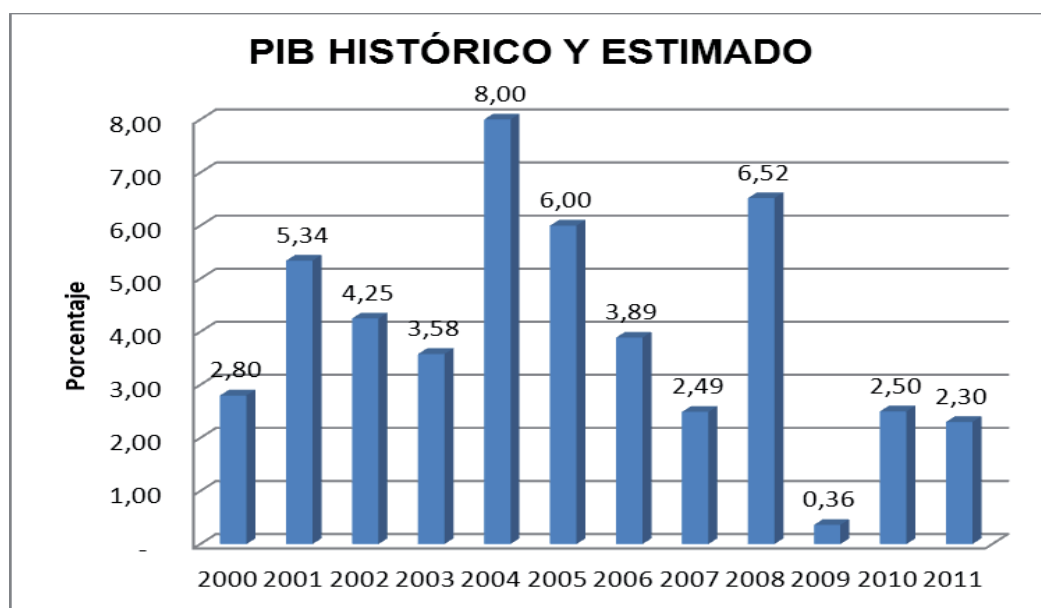
AÑO	PORCENTAJE
2000	2,80
2001	5,34
2002	4,25
2003	3,58
2004	8,00
2005	6,00
2006	3,89
2007	2,49
2008	6,52
*2009	0,36
**2010	2,50
**2011	2,30

*** Dato Provisional Banco Central del Ecuador**

**** Estimación realizado por el Fondo Monetario Internacional (FMI)**

ELABORADO POR: LOS AUTORES

GRÁFICO No.1. PIB Histórico Y Estimado



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

ELABORADO POR: LOS AUTORES

2.3.2. BALANZA COMERCIAL

TABLA No.2. Balanza Comercial Análisis Tres Periodos de Enero a Agosto: 2008-2009-2010

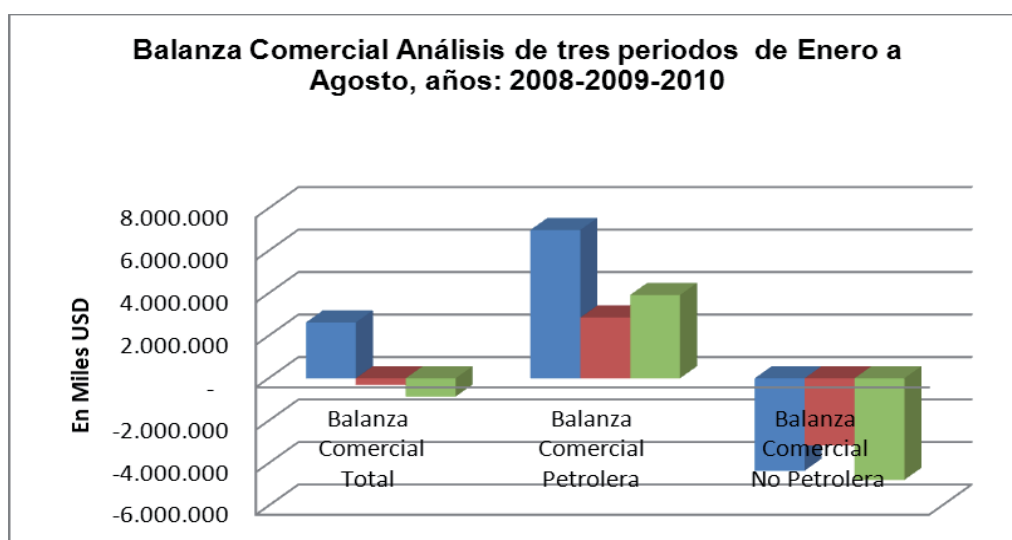
Balanza Comercial Análisis Tres Periodos de Enero a Agosto: 2008-2009-2010					
Años	Exportación	Importación	Balanza Comercial Total	Balanza Comercial Petrolera	Balanza Comercial No Petrolera
2008	13766897	11139530	2627366	6976783	-4349417
2009	8540807	8853791	-312985	2852747	-3165732
2010	11129108	11992070	-862961	3919677	-4782638

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORADO POR: LOS AUTORES

El saldo de la Balanza Comercial al cierre del octavo mes del año 2010, de acuerdo con el Banco Central del Ecuador, fue de USD -862,96 millones, registrándose un crecimiento del 175,72%, respecto al déficit presentado en el periodo Enero- Agosto 2009, que fue de USD -312,98 millones; motivado principalmente porque muchas de las regulaciones presentadas en las Salvaguardias han sido retiradas para este último periodo, que el año anterior limitó la importación de una serie de productos; factor que resultó positivo en general para el sector industrial ecuatoriano.

GRÁFICO No.2. Balanza Comercial Análisis de tres periodos ENERO – AGOSTO, AÑOS: 2008-2009-2010.



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORADO POR: EL AUTOR

2.3.3. INFLACIÓN

TABLA No.3. INFLACIÓN HISTÓRICA

Inflación Histórica	
AÑO	PORCENTAJE
2001	14,43%
2002	5,60%
2003	4,86%
2004	2,47%
2005	3,10%
2006	2,90%
2007	3,32%
2008	8,36
2009	4.31%
2010	3,33%

FUENTE: BANCO CENTRAL ECUADOR.

ELABORADO POR: EL AUTOR

GRÁFICO No.3. Inflación Histórica



FUENTE: BANCO CENTRAL ECUADOR.

ELABORADO POR: EL AUTOR

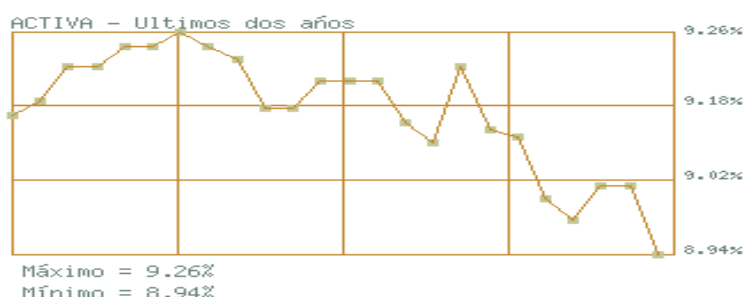
El porcentaje de la inflación para 2010 fue muy inferior al del año 2009, debido al mejoramiento de la economía ecuatoriana, motivada principalmente por la baja que se dio en los precios de bienes y servicios por falta de demanda. Este fenómeno se debe principalmente por la reducción de remesas de los migrantes provenientes principalmente de Europa y EEUU motivada por la pérdida de empleo que se ha dado y otro factor que ha motivado la reducción del consumo son las restricciones arancelarias implementadas por el gobierno nacional para disminuir el déficit comercial que se ha tenido y que ponía en riesgo la dolarización en el Ecuador. Finalmente en teoría la reducción de la inflación sería un factor positivo para el sector industrial y comercial, porque permite la adquisición de bienes y servicios sin incremento de precios.

2.3.4. TASAS DE INTERÉS

2.3.4.1. TASA DE INTERÉS ACTIVA

La tasa activa o de colocación, es la que perciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. La tasa de interés activa ha venido disminuyendo los últimos meses, debido fundamentalmente a la nueva Ley, que establece un valor máximo por cada sector, lo que favorece al comercio al obtener créditos más baratos para realizar sus actividades, tanto para adquirir activos, bienes, productos y a su vez en muchos casos otorgar a sus clientes créditos que tienen como referencia la tasa activa vigente en el sistema financiero, que para el 31 de diciembre de 2010 fue de 8.68%. Por lo que este factor resulta favorable para la economía del país; para el sector industrial como para el sector turístico.

1GRÁFICO No.4. Tasa Activa Periodo: Diciembre 2009 a Diciembre 2010



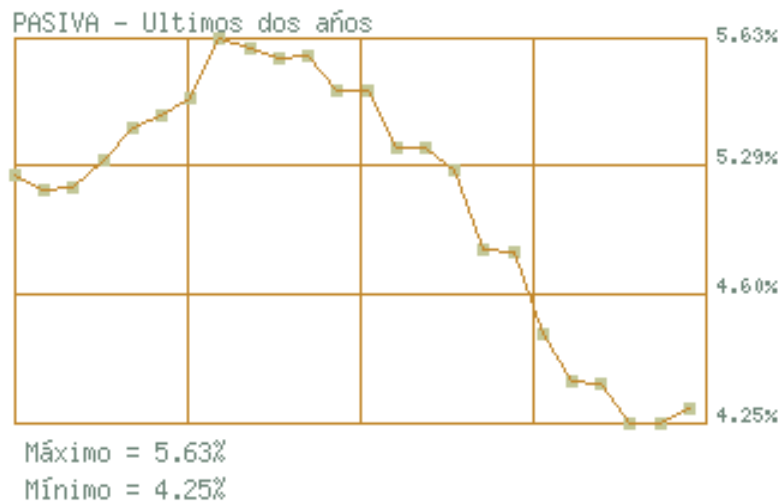
FUENTE: BANCO CENTRAL ECUADOR

2.3.4.2. TASA PASIVA

Para el Diciembre de 2010, la tasa pasiva registra de acuerdo con el Banco Central del Ecuador 4.28%; mientras que la inflación para el mismo mes fue de 3.33%; es decir un inversionista tendría

una ganancia 0.95 puntos porcentuales, por lo que resulta más rentable invertir en proyectos que generen rentabilidad real a sus inversiones. Factor que resulta favorable para las empresas que buscan realizar inversiones al adquirir maquinaria y equipos para mejorar su competitividad.

GRÁFICO No.5. Tasa Pasiva Periodo: Diciembre 2009 a Diciembre 2010



2.4. PROVINCIA DEL CARCHI

La Provincia del Carchi limita al norte, los ríos Carchi y San Juan le sirven de frontera con Colombia, al sur limita con la provincia de Imbabura, al este con la provincia de Sucumbíos, y a occidente con la de Esmeraldas.



2.4.1. Historia

Los territorios de esta provincia estuvieron poblados en época prehispánica por comunidades indígenas a las que los incas llamaron con el nombre de Quillasingas, palabra de origen quichua que quiere decir “Oro en la Nariz”- con la que se designa a quienes a modo de adorno llevan colgado de la nariz un pendiente en forma de media luna. Por otro lado, se afirma que el pueblo carchense proviene de cuatro culturas: Cayapas, de la región de Esmeraldas; Pastos y Quillasingas, del sur de Colombia, y caribes provenientes de la amazonia.¹⁹

El 14 de abril de 1814, en las inmediaciones de la población de Puntal (hoy Bolívar) el capitán español Pedro Galup ordenó el fusilamiento de los patriotas Esteban y Antonio Baca, Alejandro Ruano, Cecilio Arciniega, Leandro Campiño, José María Pava y otros más, por haber sido descubiertos en actividades independentistas.²⁰

En los primeros años de la República estos territorios integraron el cantón Tulcán, como parte de la provincia de Imbabura hasta el 19 de noviembre de 1880 cuando el General Ignacio de Veintimilla, decretó su provincialización con el nombre de provincia de Veintemilla. En 1884, la Ley de División Territorial del 23 de abril de 1884, expedida durante el gobierno del Dr. José María Plácido Caamaño, le dio el nombre de su río principal es decir el río Carchi.²¹

17. www.historiadelecuadoronline.com Avilés Pino, Efrén. Provincia del Carchi. Consultado el 27 de marzo de 2012

²⁰ www.ecuador.us/historia.htm. Consultado el 27 de marzo 2012.

²¹ www.monografias.com. Consultado el 27 marzo 2012

2.4.2. Geografía

El relieve se muestra en forma de altas tierras o altiplanos y una gran depresión con dos hoyas, que forman un amplio valle en el sureste de la provincia y que se continúa por tierras colombianas. La mayor altura de la provincia se encuentra en el Volcán de Chiles (4.747 m).

Las tierras del altiplano están cortadas por los cursos fluviales: Río San Juan (norte) y Río Mira (sur); por el este, el gran macizo que culmina en el cerro Pelado (4.149 m), se levanta sobre la hoya del río Chota. Las hoyas del río Chota en el sur, con sus afluentes río del Ángel y Apaqui y del río Bobo en el norte, se cierran por el este con una cordillera cuyo punto culminante es el cerro Mirador (4.086 m). Esta depresión aparece como la principal zona de asentamiento urbano y canalización de las comunicaciones. Allí se asienta su capital, Tulcán, y otras localidades menores como San Gabriel, El Ángel o Ciudad Colón, y por ella discurre la carretera Panamericana.

2.4.3. Economía

La economía carchense se basa principalmente en el comercio; debido a su situación fronteriza con Colombia, esta provincia es la tercera generando rentas por importaciones y exportaciones para el país, luego de Guayas y Pichincha. Las industrias lácteas ocupan otro lugar importante en la economía, pues no solo distribuyen su producción a nivel local sino regional. La agricultura pasó a un segundo plano, pues el exceso de producción de papa genera grandes pérdidas en los productores del tubérculo; sin embargo se cultivan otros productos como arveja, maíz, fréjol, zanahoria, entre otros que ayudan a la economía de los pequeños y medianos agricultores.

Un considerable porcentaje de la población se dedica al comercio formal e informal, mientras que una mínima parte de la economía gira en torno a los servicios.

El transporte pesado es una actividad predominante en Carchi. La flota aumentó de 450 a 800 unidades en cuatro años.

En Tulcán se abrieron a mediados del año 2007, 600 locales más para comercializar de todo, según el SRI. 2 000 socios están afiliados a la Cámara de Comercio de Tulcán.²²

La agricultura se limita a las tierras altas: maíz, avena, cebada, trigo. En las zonas más bajas, cálidas y abrigadas, se cultiva café, caña de azúcar y una gran variedad frutícola. La agricultura se acompaña con una ganadería vacuna y lanar. Sobre estas bases hay algunas industrias

²² www.wikipedia.org. Consultado el 28 marzo 2012.

agroalimentarias y textiles. Carchi es una rica zona arqueológica, en la que son muy peculiares unos tipos de yacimientos funerarios bajo el suelo de las cabañas.

Dentro de esta provincia se elaboran artesanías de madera, para ser más específicos dentro del cantón San Gabriel. Dentro de las zonas ganaderas los cantones de San Gabriel y El Angel se destacan. Un lugar que es muy visitado turísticamente es el cementerio de Tulcán ya que detalla figuras diseñadas en ciprés lo que también se puede observar en el cementerio de "pobres" en Ibarra.

2.4.4. División Territorial



Vista aérea de Tulcán, capital de la provincia.

Se divide en 6 cantones:

- Tulcán
- Bolívar
- Mira
- Espejo
- Montufar
- San Pedro de Huaca

2.4.5. Toponimia

Etimológicamente, según Isaac Acosta, la palabra Carchi proviene del idioma chaina caribe y quiere decir "al otro lado".

2.4.6. Comidas Típicas

- Cuy
- Tortillas

- Hornado
- Caldo de gallina
- Bizcochuelos
- Fanesca

2.4.7. Atractivos Turísticos

- Laguna del Salado - San Gabriel
- Esculturas de ciprés - Cementerio de Tulcán
- Gruta de la Paz (aguas calcáreas ferruginosas) - San Gabriel
- Baños de Tufiño. Tulcán
- Bosques de Arrayanes. San Gabriel
- Lagunas "El Voladero". El Angel
- Cascada de Paluz. San Gabriel
- Los Tres Chorros. Tulcán
- Lagunas Verdes. Vía Tufiño - Maldonado
- Feria de Tulcán
- Santuario de Nuestra Señora de La Purificación - Huaca
- Estación Científica Guanderas - Huaca
- Reserva Ecológica El Ángel- El Ángel

2.5. EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA EN LA PROVINCIA DE CARCHI

BANDERA



ESCUDO



2.5.1. HISTORIA

Antiguamente a este territorio se lo conocía como Guacán, que etimológicamente en lengua pasto equivaldría a madre o pueblo muy antiguo. Huaca estuvo poblada por habitantes de las llamadas fases Capulí, Piartal y Cuasmal.

La primera fase llamada también Negativo del Carchi o Período del Oro, ocupó preferentemente la zona montañosa y extremadamente irregular, situada en una altura promedio de 2900 metros, como las laderas del Mirador en donde se han encontrado vestigios de esta cultura.

La segunda fase se la conoce como Tuncahuán, Policroma de El Ángel o Piartal y corresponde al igual que la primera, al periodo de Desarrollo Regional, se han hallado restos de esta fase en los sectores de Paja Blanca, El Tambo de la Colonia y La Calera.

La tercera fase llamada Cuasmal, Tusa o de los Pastos, es la más amplia de todas se han obtenido magníficos cerámicos en la zona de Timburay, la Lechería o Cuaspud.

Los innumerables hallazgos arqueológicos en parte reposan en la Casa parroquial cerca de la iglesia, que dan fe de la existencia de estos pueblos ancestrales que fueron cimiento de lo que hoy conocemos como San Pedro de Huaca.

2.5.2. SITUACIÓN GEOGRÁFICA DEL CANTÓN

2.5.2.1. LOCALIZACIÓN

Se encuentra localizada en el noreste geográfico del Carchi, a 23.5 kilómetros de Tulcán y 34 kilómetros de límite fronterizo con Colombia.

2.5.2.2. UBICACIÓN GEOGRAFICA:

- República del Ecuador.
- Provincia del Carchi.
- Latitud: 00-38'-29'' Lat. Norte
- Longitud: 77-43'-35' Long. Oeste
- Altitud: 2952 m.s.n.m.
- Clima frío de altura su temperatura varía de 3 a 18°C con un promedio de 10°C, precipitación 1100 ml anual.

2.5.2.3. LIMITES

Norte: Cantón Tulcán

Sur: Cantón Montúfar

Este: Provincia de Sucumbíos

Oeste: Cantón Tulcán y Cantón Montúfar

2.5.2.4. PARROQUIAS

Urbana: San Pedro de Huaca

Rural: Mariscal Sucre

2.5.2.5. POBLACIÓN TOTAL: 6.749 habitantes

HUACA: 2.375 hab.

PERIFERIA: 3.026 hab.

MARISCAL SUCRE: 1.348 hab.

CABECERA: 738 hab.

PERIFERIA: 610 hab.

SUPERFICIE TOTAL: 71.60 km².

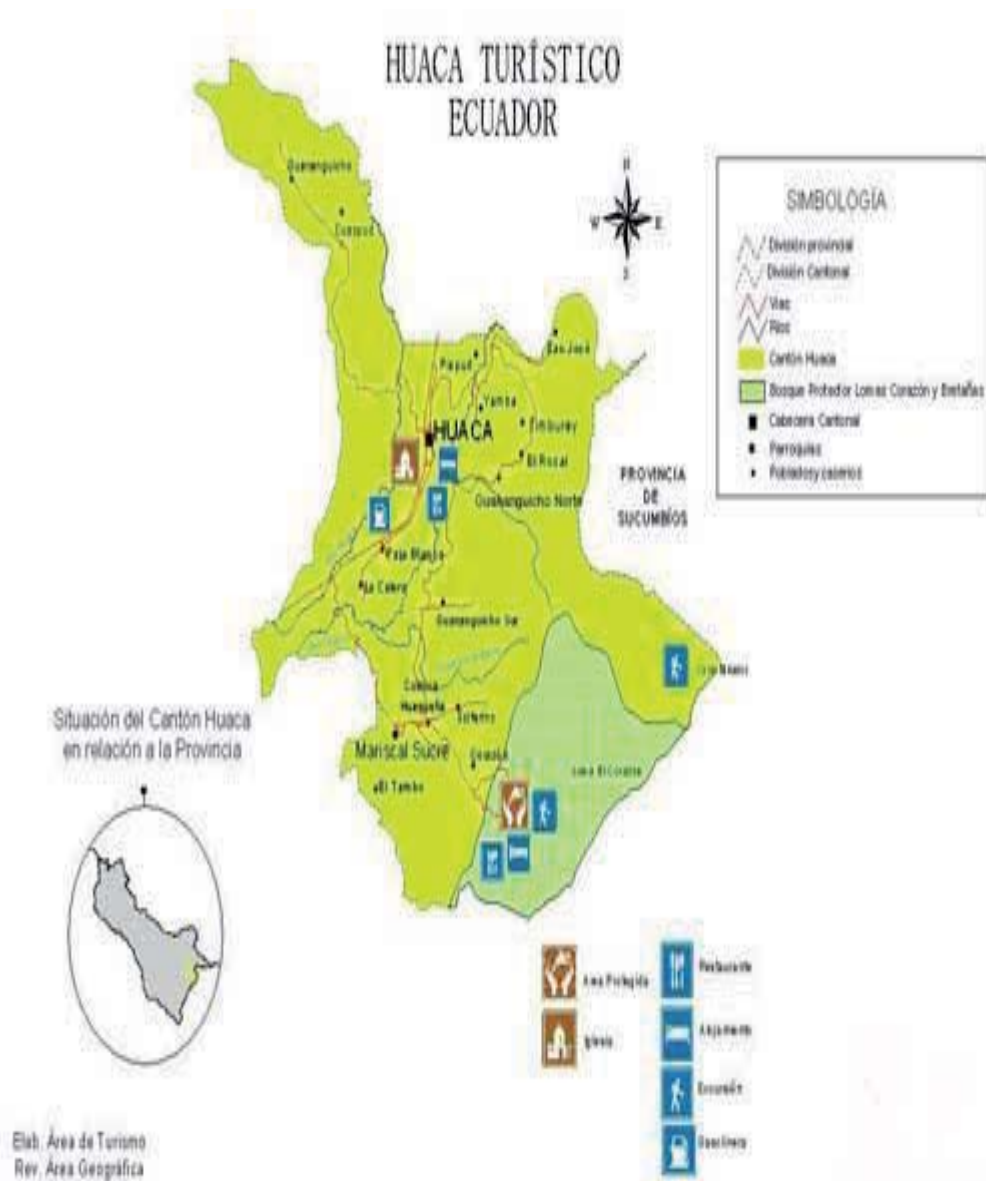
HUACA: 39.50 Km²

2.5.2.6. DATOS GENERALES

- Distancia a la capital de la República: 216.5 Km
- Distancia a la frontera: 30.5 Km
- Distancia a la amazonia (Lago Agrio): 40.0 Km.

Distancia a puertos:	-San Lorenzo:	280.0 Km.
	- Esmeraldas:	345.0 Km.

MAPA No.1. HUACA TURISTICO ECUADOR



MAPA No.2. FOTO SATELITAL



FUENTE: GOOGLE

2.5.2.7. GEOGRAFÍA:

El cantón Huaca presenta una topografía irregular, limitante de la Cordillera de los Andes y Sucumbíos, en esta zona son características las pendientes y las quebradas que cortan transversalmente a esta jurisdicción, la cabecera cantonal por su parte ubicada al extremo oriental de la provincia, es una pequeña joya especialmente por su iglesia y la patrona del cantón, alrededor se encuentran afincadas las viviendas.

2.5.2.8. HIDROGRAFÍA:

Huaca está rodeada de los ríos Obispo al este, San Luis y Minas al sur.

Eventos:

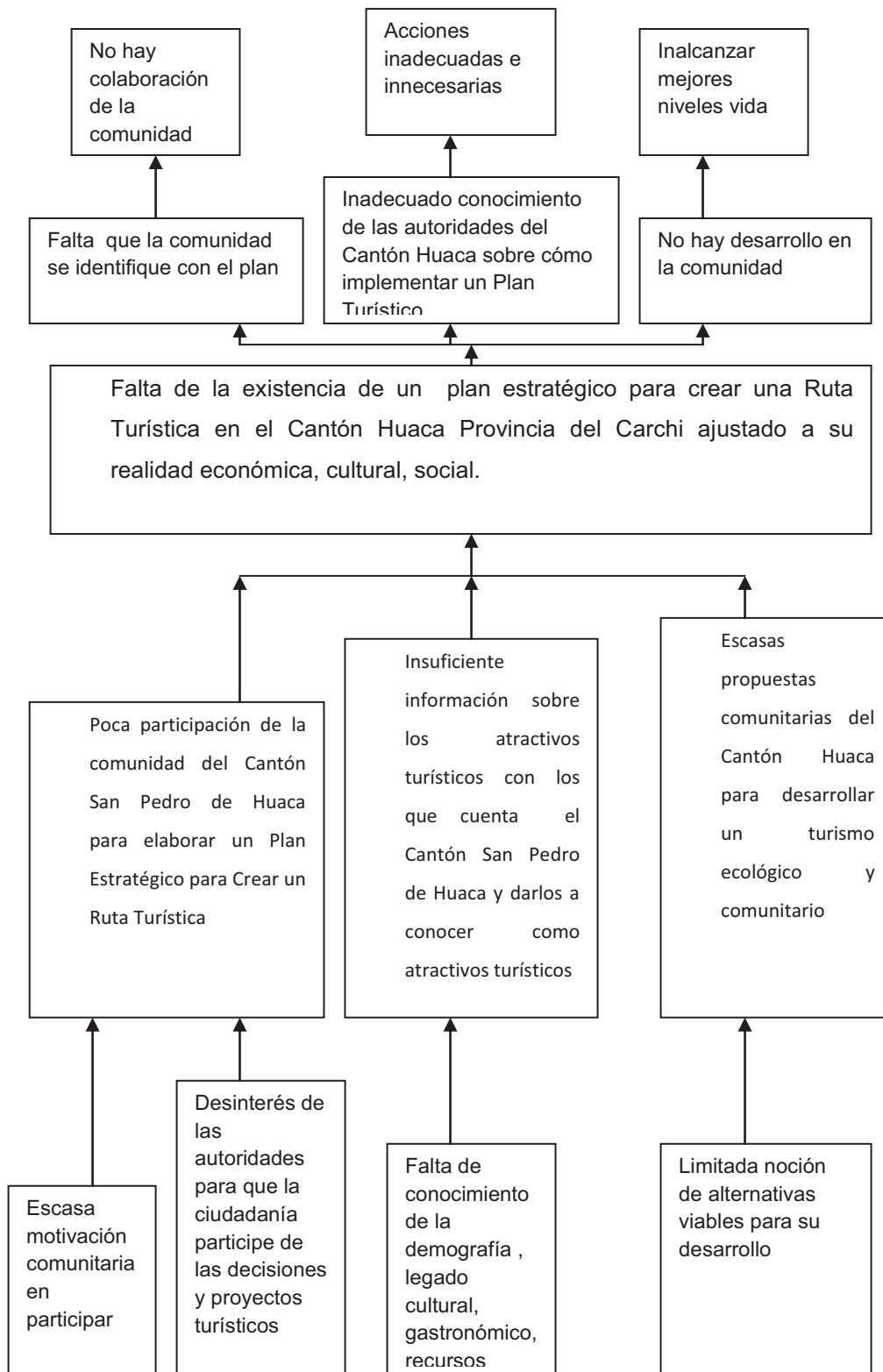
8 de Diciembre – cantonización de Huaca

7 de Enero- 2 febrero – Virgen de la Purita.

Vías de acceso:

El ingreso a Huaca se da por medio de la carretera Panamericana norte que es una vía de primer orden, en la ruta que va desde o hacia la ciudad de Tulcán.

2.5.3. ARBOL DE PROBLEMAS



CAPITULO III

CAPITULO III

3. MARCO TEÓRICO

3.1. DESARROLLO ECONÓMICO

El **desarrollo económico** es la capacidad de países o regiones para crear riqueza a fin de promover y mantener la prosperidad o bienestar económico y social de sus habitantes. Se conoce el estudio del desarrollo económico como la economía del desarrollo.²³

La política pública generalmente apunta al crecimiento continuo y sostenido económico, y la extensión de la economía nacional de modo que 'los países en vía de desarrollo' se hagan 'países desarrollados'. El proceso de desarrollo económico supone ajustes legales e institucionales que son hechos para dar incentivos para fomentar innovaciones e inversiones con el propósito de crear un eficiente sistema de producción y un sistema de distribución para los bienes y los servicios. “Para entender por qué ahora solo 1/5 del mundo se considera "desarrollado" (principalmente Japón, Europa, Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, y pocos más), se debe tener en cuenta que el mundo, desde el punto de vista de un país desarrollado, es un mundo de pobreza y escasez y por lo tanto es fundamental el reconocimiento de que no es que los otros 4/5 del mundo están retrasados, es más bien que el primer mundo ha tenido el "milagro" del desarrollo industrial-capitalista que se originó en Gran Bretaña hacia el fin del s. XVIII y el comienzo del s. XIX y después se difundió a otros países del Primer Mundo”²⁴.

3.1.1. Economía del desarrollo

La economía de desarrollo surgió como una rama de la economía debido a la preocupación después de la Segunda Guerra Mundial sobre el bajo nivel de vida en tantos países de América Latina, África, Asia y la antigua Europa Oriental. Estos estudios buscaban entender, entre otros puntos, el cómo se podía lograr el desarrollo económico y social lo más rápido posible, porqué el proceso de crecimiento industrial y el desarrollo que se había visto en Europa Occidental, EEUU y Japón no se

²³PARKING Michael, MACROECONOMIA, México, Edit. Mac Graw Hill, 1996, p.234

²⁴ Ibíd., p.235

había extendido a otras naciones o regiones, proceso que con anterioridad se creía sucedería "naturalmente". Estas cuestiones se hicieron urgentes debido al proceso de descolonización en el contexto de la Guerra Fría. Casi desde un comienzo dos aproximaciones principales se hicieron notar: las corrientes que podrían ser llamadas "revolucionarias" (también llamadas el modelo cepeliano y desarrollismo) que fueron inspiradas por percepciones marxistas (tales como la teoría de la dependencia) y las corrientes que se podrían llamar de ingeniería económica o de "economía tradicional" (en el sentido de ser la aproximación que se aceptaba en universidades occidentales).

“Las primeras aproximaciones de estas últimas a una teoría de la Economía de desarrollo asumieron que las economías de los países menos desarrollados (LDC siglas en inglés por Least Developed Countries), eran tan diferentes de los países desarrollados que la economía básica no podía explicar el comportamiento de las economías de estas últimas. Tales aproximaciones produjeron algunos modelos interesantes y hasta elegantes, pero fallaron en explicar la realidad de ningún crecimiento, el crecimiento lento, o el crecimiento y el retroceso encontrado en la LDC. Lentamente el foco intelectual se fijó en el estudio de cuáles funciones básicas de la economía se encuentran también en las LDC. Esto clarificó el área de estudio de aproximaciones que a veces bordeaban en el racismo o etnocentrismo permitiendo la creación de modelos más efectivos. La economía tradicional, sin embargo, todavía no podía reconciliar el modelo de crecimiento débil y fracasado.”²⁵

Mientras tanto, las aproximaciones revolucionarias ofrecían un buen marco explicativo de tal atraso o falla en el desarrollo. Sin embargo, adolecían del problema que no ofrecían un programa eficiente de acción, dado que donde se pusieron en práctica no entregaron los niveles de desarrollo que se esperaba. Se puede alegar sin embargo que el problema principal para estas aproximaciones fue político: sus propuestas no eran generalmente aceptables para los países desarrollados, en el sentido de estar generalmente asociadas con políticas "anticapitalistas". Consecuentemente, estas aproximaciones fueron destruidas por un proceso político.

Todo lo anterior, más otros factores socioeconómicos, dieron motivo a que, a partir de la década de los setenta del siglo XX, se buscara una nueva aproximación como guía práctica para la acción de los gobiernos en relación a esta problemática. Esta nueva demanda se concretó en el llamado Consenso de Washington; sin embargo, esto no detuvo el interés académico. En estos días, el campo de los estudios del desarrollo económico es todavía un campo en crecimiento, que busca revisar modelos económicos básicos y construir modelos nuevos para explicar el comportamiento de economías en vía de desarrollo. Además se busca un entendimiento más amplio, incluyendo otras disciplinas para explicar este fenómeno económico.

²⁵ DEBRAJ Raj, Economía del Desarrollo, España, Edit. Trillas, 2005, p.178.

“Además de los aspectos macroeconómicos y microeconómicos tradicionalmente estudiados, los economistas del desarrollo incluyeron el estudio de dos nuevas ramas de la ciencia: la Mesoconomía y la Metaeconomía. A nivel macroeconómico se han producido importantes avances para la explicación el crecimiento de la producción, gracias a la combinación de los enfoques de oferta y demanda, como en los estudios de Klein ("The Economics of Supply and Demand", Basil Blackwell, Oxford, UK 1983) y de Guisan (coordinadora)("Macro-econometric Models: the Role of Demand and Supply", ICFAI Books, Hyderabad, India, 2006 entre otros. Este tipo de estudios tiene en cuenta los efectos de la inversión, el comercio exterior y otros factores, así como las interrelaciones entre diversas variables. Un panorama interesante del desarrollo económico mundial se presenta en Maddison (2001)("The World Economy. A millennial Perspective", OECD, Paris, France).”²⁶

“Además se ha demostrado que el capital humano (sobre todo a través de la educación) tiene en general una importante influencia positiva en el crecimiento de la producción por habitante, de acuerdo con las contribuciones de diversos autores que se analizan en el documento de Neira y Guisán(2002)("Modelos econométricos de capital humano y crecimiento económico: Efecto Inversión y otros efectos indirectos", disponible on line y en otros estudios. En este sentido destaca el trabajo pionero de Denison(1967) ("Why Growth Rates Differ? Postwar Experience in Nine Western Countries", The Brookings Institution, Washington, US) y estudios más recientes debidos a Barro y Lee y a otros autores”²⁷.

Otras temas de gran interés para el conocimiento del desarrollo económico son los relativos al papel del capital social (calidad de las instituciones, grado de confianza social y en el gobierno, libertad para el desarrollo de iniciativas empresariales y sociales, entre otros factores). Entre los trabajos pioneros en este sentido destacan los de varios historiadores económicos como el Premio Nobel Douglas Norhs.

²⁶ <http://www.icfaipress.org/books/es14.asp>,

²⁷ <http://ideas.repec.org/p/ea/ecodev/62.html>,

3.2. DESARROLLO SOCIAL

“El **desarrollo social** se refiere al desarrollo del capital humano y capital social en una sociedad. Implica una evolución o cambio positivo en las relaciones de individuos, grupos e instituciones en una sociedad. Implica principalmente Desarrollo Económico y Humano. Su proyecto de futuro es el Bienestar Social”²⁸.

3.2.1. Desarrollo Social en la ONU

El desarrollo social ha sido uno de los pilares de las Naciones Unidas desde su fundación y está estrechamente vinculado con el desarrollo económico. La ONU ha hecho hincapié en el desarrollo social como parte fundamental para garantizar el mejoramiento de la vida de todas las personas.

La ONU ha organizado actividades innovadoras en materia de investigación y acopio sobre datos de población, salud y educación que por primera vez dieron lugar a indicadores confiables a escala mundial. Asimismo ha desplegado diversos esfuerzos para preservar el patrimonio mundial amenazado por los rápidos procesos de cambio.

Por otro lado, la ONU ha apoyado los esfuerzos de los gobiernos por hacer llegar a toda la población, los servicios, sociales de salud, educación, planificación de la familia, vivienda y saneamiento, además de elaborar modelos para programas sociales que integran los aspectos sociales, económicos, ambientales y culturales del desarrollo.

Actualmente, la liberalización y la mundialización plantean nuevos problemas para el desarrollo social, tales como la cuestión del reparto más equitativo de los beneficios de la mundialización.

La labor de la ONU en la esfera social tiene un enfoque cada vez más centrado en la gente y ha revalorado al desarrollo social, al cual se le había restado importancia en aras de atender con más énfasis los temas económicos.

3.2.2. Desarrollo Rural

“La expresión **desarrollo rural** hace referencia a acciones e iniciativas llevadas a cabo para mejorar la calidad de vida de las comunidades no urbanas. Estas comunidades humanas, que abarcan casi la mitad de la población mundial, tienen en común una densidad demográfica baja.

²⁸ RODRIGUEZ Carlos, Desarrollo Social y Participativo, México, Edit. Ecafsa, 2003, p.275.

Las actividades económicas más generalizadas son las agrícolas y ganaderas aunque hoy pueden encontrarse otras muy diferentes al sector primario”²⁹.

El desarrollo rural debe tener en cuenta la cultura tradicional local, ya que el medio rural es indisociable de su cultura propia. Las acciones de desarrollo rural se mueven entre el desarrollo social y el económico. Estos programas suelen realizarse por parte de comunidades auto gestionadas, autoridades locales o regionales, grupos de desarrollo rural, programas a escala continental (Programa de desarrollo rural de la Unión Europea), ONGs, organizaciones internacionales, etc, según el ámbito rural que se tenga en cuenta.

3.2.3. Desarrollo Local

El **desarrollo local** se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad, barrio o ciudad³⁰

Se consideran potencialidades endógenas de cada territorio a factores económicos y no económicos, entre estos últimos cabe recordar: los recursos sociales, culturales, históricos, institucionales, paisajísticos, etc. Todos factores también decisivos en el proceso de desarrollo económico local.

3.2.3.1. Definición

En esta perspectiva, se puede definir el desarrollo económico local como el proceso de transformación de la economía y de la sociedad local, orientado a superar las dificultades y retos existentes, que busca mejorar las condiciones de vida de su población mediante una acción decidida y concertada entre los diferentes agentes socioeconómicos locales, públicos y privados, para el aprovechamiento más eficiente y sustentable de los recursos endógenos existentes, mediante el fomento de las capacidades de emprendimiento empresarial local y la creación de un entorno innovador en el territorio. En este enfoque también se considera la importancia del capital social y los enlaces de cooperación con agentes externos para capturar recursos humanos, técnicos y monetarios, entre otros, que contribuyan a la estrategia local de desarrollo (Pike et al. 2006).

²⁹ Ibí.,p.276.

³⁰ VACHON Bernard, Desarrollo Local y Práctica, Argentina, Edit. Trea,2001.p 167

3.3. SOSTENIBILIDAD

En ecología, **sostenibilidad** o bien **sustentabilidad** describe cómo los sistemas biológicos se mantienen diversos y productivos con el transcurso del tiempo. Se refiere al equilibrio de una especie con los recursos de su entorno. Por extensión se aplica a la explotación de un recurso por debajo del límite de renovación del mismo. Desde la perspectiva de la prosperidad humana y según el Informe Brundtland de 1987, la sostenibilidad consiste en satisfacer las necesidades de la actual generación sin sacrificar la capacidad de futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades³¹.

Un ejemplo típico es el uso de la madera proveniente de un bosque: si la tala es excesiva el bosque desaparece; si se usa la madera por debajo de un cierto límite siempre hay madera disponible. En el último caso la explotación del bosque es sostenible o sustentable. Otros ejemplos de recursos que pueden ser sostenibles o dejar de serlo, dependiendo en su tasa de explotación, son el agua, el suelo fértil o la pesca.

Cuando se excede el límite de la sostenibilidad, es más fácil seguir aumentando la insostenibilidad que volver a ella.

3.3.1. Principios y conceptos

El principio de sostenibilidad está basado en varios conceptos: La ciencia de la sostenibilidad y la ciencia ambiental forman las bases de la estructura analítica y filosófica, mientras que los datos se coleccionan por medio de medidas de sostenibilidad. Después se usan estos datos para formular planes de políticas de sostenibilidad.

3.3.2. Escala y contexto

La sostenibilidad se estudia y maneja a varios niveles de tiempo y espacio y en muchos contextos de organización económica, social y ambiental. Se enfoca desde la sostenibilidad total del planeta a la sostenibilidad de sectores económicos, países, municipios, barrios, casas individuales; bienes y servicios, ocupaciones, estilos de vida, etc. En resumen puede incluir el total de las actividades humanas y biológicas o partes especializadas de ellas³²

³¹ www.wikipedia.org/sostenibilidad/ecologia/

³² <http://ecodiario.eleconomista.es/medio-ambiente/?gclid=CMX6rcG5lq8CFQfqAoduylhLw>

3.3.3. Medida de la sostenibilidad

Las medidas de sostenibilidad son medidas cuantitativas que se están desarrollando para poder formular métodos de manejo ambiental. Algunas de las mejores medidas en el presente son: el Triple Resultado, el Índice Desempeño Ambiental.³³

3.3.3.1. Triple Resultado

El **triple resultado** es un término de negocios sustentables que hace referencia al desempeño de una empresa expresado en tres dimensiones: económica, ambiental y social. Su origen en inglés (*triple bottom line*) hace alusión al resultado neto expresado en el *último renglón* del estado de resultados contables. La expresión fue utilizada por primera vez por John Elkington en 1994, quien posteriormente expandió y articuló a fondo en su libro *Cannibals With Forks*. El término sustentabilidad fue definido por el informe Brundtland de las Naciones Unidas en 1987.

Además del estado de resultados, las evidencias de desempeño en relación con el *triple resultado* se manifiestan en los reportes de sustentabilidad o responsabilidad social corporativa. Hasta 2009 la elaboración y publicación de los mismos seguían siendo de carácter voluntario y evolutivo en todo el mundo.³⁴

3.3.3.2. Índice Desempeño Ambiental

El **Índice de Desempeño Ambiental** (Inglés: *Environmental Performance Index*, siglas EPI) es un método para cuantificar y clasificar numéricamente el desempeño ambiental de las políticas de un país. El EPI fue precedido por el índice de Sostenibilidad Ambiental (Inglés: *Environmental Sustainability Index*, siglas ESI), publicado entre 1999 y 2005. Ambos indicadores fueron desarrollados por el Centro de Política y Ley Ambiental de la Universidad de Yale, en conjunto con la Red de Información del Centro Internacional de Ciencias de la Tierra de la Universidad de Columbia. El ESI fue desarrollado para evaluar la sostenibilidad relativa entre países. Debido a cambios en el enfoque del equipo de investigación que desarrolló el ESI, el nuevo índice EPI utiliza indicadores orientados hacia resultados, por lo que sirve como índice de comparación, permitiendo así un mejor entendimiento por parte de políticos, científicos, defensores del ambiente y el público en general.³⁵

³³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Sostenibilidad>

³⁴ www.ecologiamundo.org.com

³⁵ Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, Indicadores Ambientales, en: Internet archivo PDF, 2003,p.10.

Hasta enero de 2010 han sido publicados tres informes, el Índice de Desempeño Ambiental Piloto de 2006, el Índice de Desempeño Ambiental de 2008 y el el Índice de Desempeño Ambiental de 2010.

En la versión 2010 se incluyeron 163 países y los cinco países que encabezan la clasificación según su EPI son Islandia, Suiza, Costa Rica, Suecia y Noruega. Dentro de la región de América Latina, también se destacaron Cuba que ocupó la posición 9 a nivel mundial, Colombia (10) y Chile (16). Los cinco países con la calificación más baja fueron Togo, Angola, Mauritania, la República Centroafricana, y Sierra Leona.³⁶

3.3.4. Sostenibilidad y el ambiente

Los ecosistemas saludables proporcionan bienes y servicios a los seres humanos y a otros organismos. Hay dos formas principales de reducir el impacto humano negativo y de potenciar los servicios de los ecosistemas:³⁷

a) Manejo ambiental. Esta táctica directa emplea principalmente la información obtenida de las ciencias de la tierra, ciencias ambientales y de biología de la conservación. Sin embargo, este manejo es el punto final de una serie de factores causales iniciados por el consumo humano. Otra táctica se basa en el manejo de la demanda de los recursos.

b) Manejo del consumo de recursos por los seres humanos, una táctica indirecta se basa principalmente en información obtenida por las ciencias económicas.

3.3.5. Gestión Ambiental

Se denomina **gestión ambiental** o **gestión del medio ambiente** al conjunto de diligencias conducentes al manejo **integral** del sistema ambiental. Dicho de otro modo e incluyendo el concepto de desarrollo sostenible, es la estrategia mediante la cual se organizan las actividades antrópicas que afectan al medio ambiente, con el fin de lograr una adecuada calidad de vida, previniendo o mitigando los problemas ambientales³⁸.

La gestión ambiental responde al "cómo hay que hacer" para conseguir lo planteado por el desarrollo sostenible, es decir, para conseguir un equilibrio adecuado para el desarrollo económico,

³⁶ Ibíd.p.11.

³⁷ www.monografias.com/sostenibilidad del medio ambiente/

³⁸ EMBÚN-TOABADA, Sistema de Gestión Medio Ambiental, España, Edit. Plaza Saint James, 207,p.123

crecimiento de la población, uso racional de los recursos y protección y conservación del ambiente. Abarca un concepto integrador superior al del manejo ambiental: de esta forma no sólo están las acciones a ejecutarse por la parte operativa, sino también las directrices, lineamientos y políticas formuladas desde los entes rectores, que terminan mediando la implementación.

Áreas normativas y legales³⁹

Las áreas normativas y legales que involucran la gestión ambiental son:

1. La política ambiental: relacionada con la dirección pública o privada de los asuntos ambientales internacionales, regionales, nacionales y locales.
2. Ordenamiento territorial: entendido como la distribución de los usos del territorio de acuerdo con sus características.
3. Evaluación del Impacto Ambiental: conjunto de acciones que permiten establecer los efectos de proyectos, planes o programas sobre el medio ambiente y elaborar medidas correctivas, compensatorias y protectoras de los potenciales efectos adversos.
4. Contaminación: estudio, control, y tratamiento de los efectos provocados por la adición de sustancias y formas de energía al medio ambiente.
5. Vida Silvestre: estudio y conservación de los seres vivos en su medio y de sus relaciones, con el objeto de conservar la biodiversidad.
6. Educación ambiental: cambio de las actitudes del hombre frente a su medio biofísico, y hacia una mejor comprensión y solución de los problemas ambientales.
7. Paisaje: interrelación de los factores bióticos, estéticos y culturales sobre el medio ambiente.

Existen normas voluntarias como la ISO-14001: 2004, que establece los requerimientos mínimos para establecer un Sistema de Gestión Ambiental.

Objetivos prioritarios⁴⁰

- Sentar las bases del ordenamiento ambiental del municipio: tiene como propósito la caracterización ecológica y socio ambiental del territorio, ecosistemas recursos naturales, con este proceso se llega a la zonificación ambiental del entorno
- Preservar y proteger las muestras representativas más singulares y valiosas de su dotación ambiental original, así como todas aquellas áreas que merecen especiales medidas de protección: con esta actividad se logra el sistema de áreas protegidas.

³⁹ Ibid.,p.126

⁴⁰ CASCIO-WOODSIDE, Guía ISO 14.000 , México , Edit. Mc Graw Hill,2003,p.10.

- Recuperar y proteger las áreas de cabeceras de las principales corrientes de aguas que proveen de este vital recurso a los municipios: con esta actividad se logra mantener una densa y adecuada cubierta vegetal en las cabeceras o áreas de nacimientos de las corrientes de agua éste es un requisito indispensable para la protección y regulación hídrica.
- Adelantar acciones intensas de descontaminación y de prevención de la contaminación: financiar actividades específicas de descontaminación, en las corrientes de aguas más alteradas, así como el sistema de tratamiento de residuos líquidos y sólidos, otorgar créditos para la implementación de tecnologías limpias para disminuir los impactos ambientales.
- Construir ambientes urbanos amables y estéticos: la ecología urbana, la ciudad para vivir con respeto y normas de control del medio ambiente urbano.
- Adelantar programas intensos y continuos de concienciación y educación ambientales: programar actividades permanentes de concienciación ambiental.

3.3.5.1. La Norma ISO 14 000

La norma ISO 14000 Es una norma internacionalmente aceptada que expresa cómo establecer un sistema de gestión ambiental (SGA) efectivo. La norma está diseñada para conseguir un equilibrio entre el mantenimiento de la rentabilidad y la reducción de los impactos en el medio ambiente y, con el apoyo de las organizaciones, es posible alcanzar ambos objetivos.⁴¹

La norma ISO 14000 va enfocada a cualquier organización, de cualquier tamaño o sector, que esté buscando una mejora de los impactos medioambientales y cumplir con la legislación en materia de medio ambiente.

Historia

En la década de los 90, en consideración a la problemática ambiental, muchos países comienzan a implementar sus propias normas ambientales. De esta manera se hacía necesario tener un indicador universal que evaluara los esfuerzos de una organización por alcanzar una protección ambiental confiable y adecuada. En este contexto, la Organización Internacional para la Estandarización (ISO) fue invitada a participar a la Cumbre de la Tierra, organizada por la Conferencia sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo en junio de 1992 en Rio de Janeiro -Brasil-. Ante tal

⁴¹ CASIO Joseph, Guía ISO14000, México. Edit. Mc Graw Hill,p.11

acontecimiento, ISO se compromete a crear normas ambientales internacionales, después denominadas, ISO 14000.⁴²

Se debe tener presente que las normas estipuladas por ISO 14000 no fijan metas ambientales para la prevención de la contaminación, ni tampoco se involucran en el desempeño ambiental a nivel mundial, sino que, establecen herramientas y sistemas enfocadas a los procesos de producción al interior de una empresa u organización, y de los efectos o externalidades que de estos deriven al medio ambiente.

Para 1992, un comité técnico compuesto de 43 miembros activos y 15 miembros observadores había sido formado y el desarrollo de lo que hoy conocemos como ISO 14000 estaba en camino. En octubre de 1996, el lanzamiento del primer componente de la serie de estándares ISO 14000 salió a la luz, a revolucionar los campos empresariales, legales y técnicos. Estos estándares, llamados ISO 14000, van a revolucionar la forma en que ambos, gobiernos e industria, van a enfocar y tratar asuntos ambientales. A su vez, estos estándares proveerán un lenguaje común para la gestión ambiental al establecer un marco para la certificación de sistemas de gestión ambiental por terceros y al ayudar a la industria a satisfacer la demanda de los consumidores y agencias gubernamentales de una mayor responsabilidad ambiental⁴³.

Cabe resaltar dos vertientes de la ISO 14000:

1. La certificación del Sistema de Gestión Ambiental, mediante el cual las empresas recibirán el certificado.
2. El Sello Ambiental, mediante el cual serán certificados los productos ("Sello Verde").

La ISO 14000 se basa en la norma Inglesa BS7750, que fue publicada oficialmente por la British Standards Institution (BSI) previa a la Reunión Mundial de la ONU sobre el Medio Ambiente (ECO 92).

La norma ISO 14000 es un conjunto de documentos de gestión ambiental que, una vez implantados, afectará todos los aspectos de la gestión de una organización en sus responsabilidades ambientales y ayudará a las organizaciones a tratar sistemáticamente asuntos ambientales, con el fin de mejorar el comportamiento ambiental y las oportunidades de beneficio económico. Los estándares son voluntarios, no tienen obligación legal y no establecen un conjunto de metas cuantitativas en cuanto a niveles de emisiones o métodos específicos de medir esas emisiones. Por el contrario, ISO 14000 se centra en la organización proveyendo un conjunto de estándares basados

⁴² Ibid.,p.15.

⁴³ HEWITS Roberts, Manual de Gestión Medio Ambiental ISO 14001 España, Edit. Mc Graw Hill,2006,p.43

en procedimiento y unas pautas desde las que una empresa puede construir y mantener un sistema de gestión ambiental.

En este sentido, cualquier actividad empresarial que desee ser sostenible en todas sus esferas de acción, tiene que ser consciente que debe asumir de cara al futuro una actitud preventiva, que le permita reconocer la necesidad de integrar la variable ambiental en sus mecanismos de decisión empresarial.

La norma se compone de 6 elementos, los cuales se relacionan a continuación con su respectivo número de identificación:⁴⁴

- Sistemas de Gestión Ambiental (14001 Especificaciones y directivas para su uso – 14004 Directivas generales sobre principios, sistemas y técnica de apoyo.)
- Auditorías Ambientales (14010 Principios generales- 14011 Procedimientos de auditorías, Auditorías de Sistemas de Gestión Ambiental- 14012 Criterios para certificación de auditores)
- Evaluación del desempeño ambiental (14031 Lineamientos- 14032 Ejemplos de Evaluación de Desempeño Ambiental)
- Análisis del ciclo de vida (14040 Principios y marco general- 14041 Definición del objetivo y ámbito y análisis del inventario- 14042 Evaluación del impacto del Ciclo de vida- 14043 Interpretación del ciclo de vida- 14047 Ejemplos de la aplicación de iso14042- 14048 Formato de documentación de datos del análisis)
- Etiquetas ambientales (14020 Principios generales- 14021 Tipo II- 14024 Tipo I – 14025 Tipo III)
- Términos y definiciones (14050 Vocabulario)

Beneficios

Para las empresas

La adopción de las Normas Internacionales **facilita a los proveedores** basar el desarrollo de sus productos en el contraste de amplios datos de mercado de sus sectores, permitiendo así a los industriales concurrir cada vez más libremente y con eficacia en muchos más mercados del mundo.

Ahorro de costos: la ISO 14001 puede proporcionar un ahorro del coste a través de la reducción de basuras y un uso más eficiente de los recursos naturales tales como la electricidad, el agua y el gas. Organizaciones con certificaciones ISO 14001 están mejor situadas de cara a posibles multas y

⁴⁴ Ibid., p.45.

penas futuras por incumplimiento de la legislación medioambiental, y a una reducción del seguro por la vía de demostrar una mejor gestión del riesgo.⁴⁵

Reputación: como hay un conocimiento público de las normas, también puede significar una ventaja competitiva, creando más y mejores oportunidades comerciales.

Participación del personal: se mejora la comunicación interna y puede encontrar un equipo más motivado a través de las sugerencias de mejora medioambiental.

Mejora continua: el proceso de evaluación regular asegura se puede supervisar y mejorar el funcionamiento medioambiental en las empresas.

Cumplimiento: la implantación ISO 14001 demuestra que las organizaciones cumplen con una serie de requisitos legales. Esto puede mitigar los riesgos de juicios.

Sistemas integrados: ISO 14001 se alinea con otras normas de sistemas de gestión como la ISO 9001 o la OHSAS 18001 de seguridad y salud laboral, que proporciona una más efectiva y eficiente gestión de sistemas en general.

3.4. ACTIVIDAD TURISTICA

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el **turismo** comprende las actividades que lo hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

3.4.1. Productos turísticos

El sector turístico ofrece productos (servicios + derechos de uso) a través de las diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas cuyas **características** principales son:

3.4.1.1. Tipología de productos turísticos⁴⁶

Turismo Individual

Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.

⁴⁵ Ibíd.p.46

⁴⁶ www.wikipedia.org.com/turismo/productos_turisticos.

Turismo de Masas

Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el más convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. Aquí podemos encontrar el turismo de sol y playa.

Turismo Cultural

Turismo cultural: Es el que precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo. Es más exigente y menos estacional.

- **Urbano:** desarrollado en ciudades principalmente en aquellas que son Patrimonio de la Humanidad. Clientes de nivel cultural y poder adquisitivo alto, es el tipo de turismo mas grande del mundo y esta dado por un turismo masivo.
- **Monumental:** vinculado exclusivamente a monumentos histórico-artísticos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- **Arqueológico:** vinculado a yacimientos y sitios arqueológicos que pueden estar alejados de núcleos de población importantes.
- **Funerario:** vinculado cementerios donde o bien hay tumbas realizadas por arquitectos famosos o bien hay personajes famosos enterrados allí.
- **De compras:** vinculado a las compras a buen precio o exclusivos. Incluye artículos de lujo, arte, artesanía y artículos de uso común como calzado, electrónica, etc.
- **Etnográfico:** vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos. En algunos casos cercano al turismo ecológico.
- **Literario:** motivado por lugares o eventos de carácter bibliográfico.
- **De formación:** vinculado a los estudios, fundamentalmente a los de idiomas (turismo idiomático).
- **Gastronómico:** vinculado a la comida tradicional de un sitio.
- **Enológico:** vinculado a los vinos de una zona.
- **Industrial:** motivado por la visita a fábricas o grandes construcciones civiles.

Turismo Natural

Se desarrolla en un medio natural, tratando siempre de realizar actividades recreativas sin deteriorar el entorno.⁴⁷

⁴⁷ <http://www.turismonatural.net/es>

- **Rural:** el desarrollado en el medio rural, cuya principal motivación es conocer las costumbres y las tradiciones del hombre en el mundo rural. Se interesa por la gastronomía, la cultura popular, artesanía.
- **Ecoturismo:** basado en el contacto con la naturaleza. Sus recursos los componen los parques nacionales, es decir, una flora y fauna interesante en la zona receptiva.
- **Agroturismo:** su finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias.
- **Agroecoturismo:** es aquel donde el visitante se aloja en habitación con estándares turísticos, pero participa de los labores agrícolas, convive y consume los alimentos con la familia.
- **Ornitológico:** es el turismo centrado en el avistamiento y observación de aves.
- **Ictioturismo:** es la actividad turística centrada en la práctica de la pesca deportiva.
- **Cinegético:** Turismo enfocado a la caza deportiva de animales, existen lugares específicos (ranchos cinegéticos) donde se permite cazar a los animales que han sido criados específicamente para este fin.

Turismo Activo

Se realiza en espacios naturales, el turismo activo está estrechamente relacionado con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan.⁴⁸

- **Parques temáticos:** basado en atracciones turísticas de temas concretos. Se caracteriza por la participación activa en todo momento del visitante.
- **Deportivo:** la principal motivación es practicar algún deporte. Se puede dividir en dos grupos: deporte de exterior y el de interior. También se podría hacer otra subdivisión en función del que practica el deporte, o de quien lo ve.
- **Aventura:** aquí solo se practican deportes de riesgo. El usuario de este tipo de turismo suele ser de nivel adquisitivo y cultural alto y de muy buena forma física (rafting, rappel, etc.).
- **Religioso:** una oferta ligada a lugares o acontecimientos de carácter religioso de relevancia. Los cuatro núcleos de mayor importancia en el mundo son: Jerusalén, Roma, La Meca y Santiago de Compostela (en este último el Camino de Santiago tiene una doble vertiente deportiva y religiosa).

⁴⁸ <http://www.turismoactivo.com/>



Un peregrino orando en la mezquita de La Meca.

- **Espiritual:** su motivación es el recogimiento y la meditación (monasterios, cursos de filosofía oriental, etc.).
- **Místico:** Se relaciona con el turismo orientado a la visita de lugares energéticos.
- **Termal o de salud:** está vinculado a los balnearios que ofrecen tratamientos para diversas dolencias (reumatológicas, estrés, dermatológicas, tratamientos de belleza,...). La infraestructura cuenta normalmente con un núcleo principal o instalación termal independiente de las instalaciones hoteleras.
- **Médico:** está orientado a la vinculación del viaje con la realización de intervenciones quirúrgicas, dentales o tratamientos médicos en países donde son mas baratas las atenciones.
- **Social:** aquel dedicado a la participación en actividades para mejorar las condiciones de las capas de población económicamente más débiles.
- **Experiencial:** aquel en el que el participante toma parte activa en la actividad que está desarrollando. Los turistas se sumergen dentro de historias más o menos fantásticas como en una película.
- **Itinerante:** se desarrolla activamente en varios lugares siguiendo rutas preestablecidas.

Turismo de Negocios

Aquel que se desarrolla con objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial, se desarrolla entre empresas por lo general.



Sao Paulo es la mayor ciudad de Brasil, y muy estimada por el turismo de negocios, en América Latina y Sudamérica.⁴⁹



Ciudad de México principal destino de negocios en América Latina.

Utilizado por empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector. El cliente suele ser de alto poder adquisitivo. Se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con necesidades de infraestructura muy concretas como la conexión a internet.

⁴⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

- **Reuniones y Congresos:** muy importante y habitualmente confundido con el de convenciones. El congreso reúne a un colectivo o asociación y suele tener carácter científico. Acuden profesionales del mismo sector pero que no tienen por qué ser de la misma empresa.
- **Seminarios y Convenciones:** a diferencia del congreso, la convención suele reunir a distintos profesionales de una misma empresa con el objeto de dar a conocer a sus empleados un nuevo producto, tratar la planificación estratégica para la nueva campaña, etc.
- **Viajes de Incentivo:** vinculado a viajes de negocios, mientras que éste último es de trabajo, los de incentivo son de placer. Utilizado por la dirección de grandes empresas para mejorar el rendimiento de sus empleados, incentivándolos a ello con un viaje que puede ser individual o de grupo.
- **Fam Trips:** Los Viajes de familiarización (Fam Trips) son viajes en los cuales periodistas, operadores turísticos o agencias de viajes viven la experiencia del destino turístico de primera mano. Los beneficios de esta práctica incluyen generar interés en el destino, que el mismo aparezca en los medios de comunicación, la construcción de relaciones y contactos, y la posibilidad de crear un interés en otro ángulo de la historia o el destino turístico.

Turismo Científico



Base Científica de San Clemente de Ohrid en la Antártida.

El turismo científico es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos.⁵⁰

En ocasiones existe la necesidad de viajar para observar *in situ* alguna realidad que es objeto de estudio. El turismo científico se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio en un entorno natural.

El turismo científico para el público en general apareció en países desarrollados para involucrar de una manera más directa y participativa a las personas en el conocimiento del mundo natural. Busca ofrecer vacaciones orientadas a un mejor entendimiento de la naturaleza desde un punto de vista científico. El turismo es una fuente de beneficios económicos.⁵¹

⁵⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

⁵¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

Turismo Espacial



Anousheh Ansari de origen iraní fué la primera mujer turista en órbita.

Comenzó a principios del siglo XXI realizado por personas muy ricas y valientes, los riesgos de perder la vida en un viaje al espacio son elevados

Los primeros viajes consistían en una estancia de 3 o más días en la Estación Espacial en la que realizaban fotografías del espacio y la Tierra, videos, conversaciones con personas en el planeta, disfrute de la ingravidez, colaboración con los tripulantes de la estación y también realización de pequeños experimentos.

Varias empresas trabajan en la construcción de naves capaces de realizar vuelos suborbitales y orbitales, como en un hotel modulable para estancias más largas y asequibles que las actuales, valoradas en unos 21 millones de dólares.

3.4.1.2. Servicios turísticos⁵²

Tienen la consideración de servicios turísticos la prestación del:

- **Servicio de alojamiento**, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de alimentación**, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- **Servicio de guía**, cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.

⁵² [www.wikipedia.org/servicios turísticos](http://www.wikipedia.org/servicios_turísticos)

- **Servicio de acogida**, cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- **Servicio de información**, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- **Servicio de intermediación**, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.
- **Servicios de Consultoría Turística**, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.
-

3.4.1.3. Información turística



La información turística es el conjunto de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional en oficinas de información turística a través de informadores turísticos o guías, intérpretes, correos de turismo, acompañantes de grupo, videotex, etc. La definición incluye aquellos servicios públicos dependientes por regla general de organismos públicos o instituciones que tienen como misión informar facilitar y orientar al turista durante su estancia vacacional o viajes facilitando gratuitamente información.⁵³

La información turística incluye información sobre:

- Recursos y actividades culturales: monumentos, museos, espacios rurales, lugares de interés turístico, ferias, congresos y festivales.

⁵³ <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>

- Información y orientación sobre actividades turísticas: culturales, recreativas, deportivas y de ocio o esparcimiento.
- Información y orientación sobre oferta turística: servicios, servicios de interés (transportes, hospital, teléfonos)
- Facilitar material de propagan o informativo: folletos, carteles, guías, mapas y planos.
- facilitar datos informáticos (videotex)
- Elaborar estadísticas
- Participar en comercialización de empresas de su ámbito de información
- Poner en marcha proyectos de información, encuentro, debate, e incluso asesoramiento para las empresas de su ámbito de gestión. (bolsas de trabajo, mesas de contratación, empresas)

Los objetivos fundamentales de una Oficina de Información Turística (OIT) son:

- Prestar un servicio público
- Mejorar calidad de los Destinos Turísticos de la zona
- Hacer más fácil la estancia a los potenciales turistas
- Aumentar la llegada de más turistas facilitando y haciendo más cómoda sus futuras reservas, estancias y recorridos en su radio de acción.

Tipos de Oficina de Información Turística:

- Permanentes, temporales
- Locales, regionales, nacionales, internacionales
- Generales del estado

3.4.1.4. Servicios de acogida

Áreas de servicio: Este servicio consiste en recibir a algún turista en su casa o cualquier otro lugar ofreciéndole algunos de los servicios que se ofrecen en un hotel como lo son la alimentación, el hospedaje etc... pero sin costo alguno.⁵⁴

3.4.1.5. Empresas turísticas

Son aquellas relacionadas con el turismo. Hay dos grandes bloques las que producen bienes y servicios (productoras), y las que los distribuyen (distribuidoras).

⁵⁴ <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>

3.4.1.6. Hotelería

La Hotelería es una rama del turismo, que brinda el servicio del alojamiento al turista. Este puede tener diversas clasificaciones, según el confort y el lugar donde se encuentren. Cada instalación hotelera tiene sus propias cualidades. La hotelería es muy importante dentro del mundo turístico, ya que brinda la estadía del turista en el viaje.

Los establecimientos hoteleros se dividen en:⁵⁵

- **Hoteles:** establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, ocupan la totalidad de uno o varios edificios (o una parte independizada de ellos) constituyendo sus dependencias todo un homogéneo con accesos, escaleras y ascensores de uso exclusivo y que reúna los requisitos técnicos mínimos para cada categoría. Se clasifican en 1 estrella o categoría básica, 2, 3, 4, 4 superior, 5 estrellas y Gran lujo.
- **Pensiones:** establecimientos que, ofreciendo alojamiento con o sin comedor y otros servicios complementarios, tienen una estructura y características que les impide alcanzar los requisitos y condiciones exigidas en los hoteles.

Otros establecimientos destinados al alojamiento turístico son:

- **Apartamentos turísticos:** son bloques de apartamentos, casas, bungalows y demás edificaciones similares que, disponiendo de las necesarias instalaciones y servicios. Se clasifican por categorías en 1, 2, 3 y 4 llaves.
- **Ciudades de vacaciones:** son que debido a su situación física, instalaciones y servicios, permiten al usuario la vida al aire libre, el contacto con la naturaleza y la práctica del deporte en espacios abiertos, facilitándole hospedaje mediante contraprestación económica. Se clasifican en 1, 2 y 3 estrellas.
- **Campings:** el camping es un terreno debidamente delimitado, dotado y acondicionado para la ocupación temporal por personas que pretendan hacer vida al aire libre con fines vacacionales o de ocio y que pasen las noches en tiendas de campaña (acampada), remolques, caravanas u otros elementos similares fácilmente transportables. Sus instalaciones pueden tener carácter de residencia permanente desde el punto de vista

⁵⁵ www.servicios.turísticos/america/

constructivo aunque la Administración puede autorizar construcciones fijas si son destinadas a alojamiento temporal, siempre y cuando se encuentren instalaciones independientes y no superen el 25% de las plazas total del camping. Se clasifican en: lujo, 1ª, 2ª y 3ª categoría.⁵⁶

- **Time Sharing:** se trata de alojamiento en régimen de aprovechamiento por turnos. Se entiende aquel que atribuye a su titular la facultad de disfrutar con carácter exclusivo durante un período concreto de cada año. Dicha facultad no permite al titular alteraciones en el apartamento ni en el mobiliario.
- **Establecimientos de turismo rural:** edificaciones ubicadas en el medio rural que, reuniendo características rurales de construcción, antigüedad y tipicidad y desarrollando o no actividades agropecuarias, prestan servicios de alojamiento turístico mediante contraprestación económica. Tienen diversas clasificaciones locales.
- **Viviendas Vacacionales:** unidades de alojamiento aisladas en apartamentos, bungalows, viviendas uniformes y en general cualquier vivienda ofrecida por motivos vacacionales mediante contraprestación económica. En todo caso se referirá al alojamiento del piso completo, pero nunca por habitaciones.
- **Balnearios:** empresas de Aguas Termales, minerales, de manantial, así como los centros de talasoterapia, siempre y cuando dispongan de instalaciones turísticas complementarias.

3.4.1.7. Restauración 57

Son establecimientos de restauración aquellos cuya actividad principal es la de suministrar habitualmente y mediante precio alimentos y bebidas para su consumo dentro o fuera del local. Aunque estos establecimientos son considerados de utilización pública podrán sus propietarios establecer normas o consideraciones sobre el curso de sus servicios e instalaciones.

Los establecimientos de restauración se dividen en dos tipos:

- **Alimentación comercial:** es aquella cuya clientela no es cautiva encontrándose alternativas a su disposición. Éstas se dividen a su vez en:
 - Tradicional: relacionadas con las tradiciones y costumbres gastronómicas de la zona (marisquerías, pulperías, parrilladas, raxerías, arrocerías, jamonerías, bares de

⁵⁶ <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>

⁵⁷ www.mundoturismo.com

tapas, cervecerías, sidrerías). También un chino y una pizzería se consideran también tradicionales en cuanto al modo de gestionarlo.

- *Neo-alimentación*: establecimientos de restauración que responden a innovaciones culinarias (cocina de autor) y medios de gestión novedosos. (Mc. Donald's, máquinas de vending,...).
- **Alimentación social**: es aquella cuya clientela, por su condición de colectividad, es cautiva, o que en su mayoría lo acaban siendo (grandes superficies comerciales, autopistas, estaciones de tren, de servicio, aeropuertos, los colegios,...). Se caracteriza porque reduce el precio a costa de disminuir la oferta. Este tipo de restauración cubre los costes fijos con una clientela habitual.

Los establecimientos principales de alimentación son:

- **Restaurante**: dispone de cocina y comedor con el fin de ofrecer comidas y/o cenas mediante precio para ser consumidas en el mismo local. Se clasifican en: 5,4,3,2 y 1 tenedor. Aquellos que reúnen especiales características de edificación, antigüedad y localización geográfica, fijadas en las disposiciones que se establecen, podrán usar (previa autorización administrativa) la denominación de “casas de comidas”.⁵⁸
- **Cafetería**: establecimiento que en una misma unidad espacial dispone de barra y servicios de mesa, careciendo de comedor, con el fin de ofrecer al público mediante precio y a cualquier hora del horario de apertura: helados, refrescos, bebidas en general, tapas frías o calientes, bocadillos y platos combinados/simples de elaboración sencilla y rápida en frío o a la plancha. Se clasifican en: 3, 2 o 1 taza.
- **Bar**: establecimiento que dispone de barra y que, careciendo de comedor, también puede disponer de servicio de mesa en la misma unidad espacial con el fin de proporcionar al público bebidas acompañadas o no de tapas y bocadillos, y como máximo de 1 plato del día. Aquellos que reúnen características especiales (reconocidas por la administración) de edificación, antigüedad y localización geográfica, podrán usar la denominación de “tabernas”.

⁵⁸ <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>

3.4.1.8. Transporte

Son compañías de transporte aquellas destinadas a trasladar o transportar viajeros de un punto a otro. Se clasifican en:

- Transporte aéreo (líneas regulares y charter)
- Transporte terrestre (autocar, tren, automóvil y alquileres de automóviles)
- Transporte marítimo (líneas regulares y cruceros)

3.4.1.9. Agencias de Viajes (AA.VV.)

Las empresas distribuidoras de bienes y servicios turísticos son aquellas que, en posesión de un título o licencia, ejercen actividades de intermediación turística.

Las agencias se clasifican en 3 grupos:

- **Mayoristas:** proyectan, elaboran y organizan toda clase de servicios y paquetes turísticos para venderlos a otras agencias, no pudiendo ofrecer ni vender sus servicios directamente al público.
- **Minoristas:** comercializan los productos elaborados por las mayoristas o los suyos propios directamente al consumidor, no pudiendo en ningún caso ofrecer sus productos a otras agencias.
- **Mayoristas-minoristas:** son empresas que, disponiendo de las dos licencias, pueden elaborar y vender paquetes turísticos a otras empresas y al público en general dependiendo de la reglamentación del país.
- **Agencias operadoras:** Aquél que proyecta, elabora, diseña, organiza y opera sus productos y servicios dentro del territorio nacional, para ser ofrecidos y vendidos a través de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas y Agencias de Viajes y Turismo Minoristas, pudiendo también ofrecerlos y venderlos directamente al turista.

Las AA.VV también se pueden clasificar en emisoras y receptoras .

- **Emisoras:** las que envían viajeros a otros lugares,
- **Receptoras:** las que reciben y acogen a los turistas procedentes del exterior.
- **Emisoras-receptoras:** realizan ambas funciones.

3.4.1.10. Otras empresas relacionadas

Hay otras muchas empresas relacionadas con el turismo directa o indirectamente como las de ocio (cines, discotecas, espectáculos), empresas de equipamiento de hostelería, lavanderías, artículos de viaje, publicaciones especializadas, etc.

Organizaciones internacionales relacionadas con el turismo⁵⁹

- OMT: Organización Mundial de Turismo. Su objetivo es promover el desarrollo económico, social y cultural del turismo y los viajes a nivel mundial. Cooperación entre países. Elaborar datos estadísticos. Asesora de la ONU. Sede en Madrid.
- OACI: Organización de Aviación Civil Internacional. Promueve la aviación civil a escala mundial y establece las normas internacionales que la rigen. Sede en Montreal
- IATA: Asociación de Transporte Aéreo Internacional. De carácter privado, forman parte de ella cualquier compañía aérea que tenga de su gobierno autorización para operar de forma regular. Establece cooperación entre compañías en cuanto a servicios, liquidación de billetes, interviene y regula el tráfico aéreo, establece códigos de compañías aéreas, aeropuertos, billetes, actúa en el campo de la seguridad y participa en negociaciones entre gobiernos. Sede en Ginebra y Montreal.
- UIC: Unión Internacional de Ferrocarriles. Es la asociación mundial para la cooperación entre los principales actores del sector ferroviario internacional. Sede en París.
- IRU: Unión Internacional de Transporte por Carretera. Es la organización mundial que defiende los intereses de los operadores de autobuses, taxis y camiones para asegurar el crecimiento económico y la prosperidad a través de la movilidad sostenible de personas y mercancías por carretera en todo el mundo. Sede en Ginebra
- FUAHV: Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes. Conformada por las Asociaciones Nacionales de Agencias de Viajes de casi 100 países. Sede en Mónaco.
- UFTAA: Unión de Federaciones de Asociaciones de Agencias de Viajes. Es un organismo mundial que representa la industria de las agencias de viajes y de turismo. Sede en Bruselas.
- ICCA: Asociación Internacional de Congresos y Convenciones. Comunidad mundial para la industria de reuniones y eventos, que permite a sus miembros generar y mantener una ventaja competitiva significativa en el mercado. Sede en Amsterdam.
- IH&RA: Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes. Asociación que representa los intereses colectivos de la industria hotelera y de restauración ante los principales organismos internacionales. Sede en Londres.

⁵⁹ www.mundoturismo.com

- IYHF: International Youth Hostel Federation. Sede en UK.
- IFTO: International Federation of Tour Operators. Sede en UK.
- IAATO: International Association of Antarctica Tour Operators. Sede en USA.

3.5. DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

El **turismo sostenible** o **turismo sustentable** es una forma de turismo que sigue los principios de sostenibilidad.

El turismo sostenible en su sentido más puro, es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población local.⁶⁰

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT)

La Organización Mundial del Turismo (OMT), con base en la definición de desarrollo sostenible establecido por el Informe Brundtland, afirma que:

El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

El turismo sostenible como estrategia de desarrollo

Según la OMT, los principios que definen el turismo sostenible son:⁶¹

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- La calidad ambiental se mantiene y mejora;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial; y

⁶⁰ Mónica Pérez de las Heras, Manual de Turismo Sostenible, España, Edit. Trillas, 2003,p.86

⁶¹ http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_sostenible

- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Estas características hacen al turismo sostenible una herramienta estrategia de desarrollo económico local. Por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas en las que no existen otras alternativas de actividad económica. A su vez, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales (hay que tener en cuenta que incluso en los países más desarrollados, este sector está compuesto principalmente por PYME). Y a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes.

Previsiones de los economistas internacionales

Las previsiones de los economistas internacionales son el continuo turismo y el crecimiento, que oscila entre tres y seis por ciento anual, dependiendo de la ubicación. Como uno de los más grandes del mundo y de industrias de más rápido crecimiento, este crecimiento continuo pondrá gran énfasis en la diversidad biológica resto de los hábitats y las culturas indígenas, que a menudo se utilizan para apoyar el turismo de masas. Los turistas que promover el turismo sostenible son sensibles a estos peligros y tratar de proteger a los destinos turísticos, y para proteger el turismo como una industria. Turismo sostenible puede reducir el impacto del turismo en muchas maneras, incluyendo:

- informar a sí mismos de la cultura, la política y la economía de las comunidades visitadas;
- la anticipación y el respeto de las culturas locales las expectativas y los supuestos;
- contribuir a la comprensión intercultural y la tolerancia;
- el apoyo a la integridad de las culturas locales en favor de las empresas que conservar el patrimonio cultural y los valores tradicionales;
- apoyar las economías locales mediante la compra de productos locales y la participación con los pequeños, las empresas locales;
- la conservación de los recursos por la búsqueda de empresas que sean ambientalmente conscientes, y utilizando la menor cantidad posible de recurso no renovables.

El Analista de Sistemas Gustavo Biagiotti, de Argentina, desarrolló un proyecto turístico que además de sostenible en términos técnicos y económicos, ha posibilitado que las localidades que lo apliquen revaloricen aún más su potencial social, cultural y económico. Quienes tengan interés en

ampliar este tema respecto a Argentina, más otros proyectos y actividades de Biagiotti podrán encontrarse en la web como la institución Multimedios Creative Group.⁶²

El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)

El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en su objetivo de apoyo al crecimiento del sector privado, es puntero en la ayuda al desarrollo del turismo sostenible en América Latina y el Caribe. Aunque la existencia de numerosos sub-sectores (alojamiento, gastronomía, transporte, operadores de actividades, etc), y el pequeño tamaño de la mayoría de las empresas turísticas comprometen la competitividad, el enorme potencial de desarrollo que posee este sector ha resuelto al FOMIN centrar parte de sus actuaciones en este ámbito y crear un cluster de proyectos de esta temática.

A través de sus proyectos el FOMIN pretende respaldar el desarrollo sostenible del turismo mediante el incremento de la competitividad de las PYME locales dentro del sector. El foco de actuación es la mejor integración de los diferentes componentes de los productos turísticos e incrementar la colaboración entre las empresas involucradas, ayudándolas a orientar su estrategia hacia la diversificación de la oferta y a conseguir una promoción más efectiva de sus destinos mediante estrategias de negocio conjuntas, y siempre con la premisa de que el desarrollo y promoción de los productos turísticos contribuyan a la conservación del medio ambiente y el legado cultural.

Impacto del turismo internacional⁶³

En las últimas cinco décadas, el turismo internacional ha pasado de desplazar 25 a casi 700 millones de viajeros al año, y a lugares cada vez más remotos gracias al desarrollo de los medios de transporte. Un fenómeno de tal magnitud y con una expansión tan rápida no podía por menos que generar impactos allí donde se ha establecido.

Generalmente estos impactos se clasifican en tres categorías: económicos, medioambientales y socioculturales.

Impactos económicos

El turismo ha sido presentado tradicionalmente como un eficiente motor del desarrollo económico, capaz de generar empleo, modernizar las infraestructuras, impulsar otras actividades productivas,

⁶² http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_sostenible

⁶³ www.mundoturismo.com

revalorizar los recursos autóctonos o equilibrar balanzas de pagos nacionales. Antes de la década de 1970, asumidas estas premisas y con el turismo internacional de masas recién estrenado, pocos investigadores se habían parado a estudiar los costes económicos que suponía para las sociedades anfitrionas esta actividad. Pero en esa década empezaron a ser evidentes.

Así, es cierto que el turismo genera empleo, pero en muchas ocasiones para la población local es un empleo estacional y poco cualificado. Además, suele tratarse de un empleo inestable: el turismo es un sector con grandes vaivenes, y las zonas de destino se tienen que enfrentar con la competencia de otras nuevas que surgen gracias al desarrollo de los medios de transporte.

También es verdad que se modernizan las infraestructuras, pero según las prioridades turísticas y no según un desarrollo endógeno y equilibrado con las otras actividades productivas.

La revalorización de los recursos autóctonos se materializa muchas veces en procesos inflacionarios, derivados de un aumento de la demanda de la tierra, el agua o los alimentos; el resultado es el encarecimiento de la canasta familiar, la dificultad de acceder a una vivienda o la expulsión de campesinos por el aumento de las rentas agrarias. El turismo impulsa algunas actividades productivas, como la construcción, pero también pone en peligro otras tradicionales, como hemos visto en el caso de la agricultura.

Igualmente, es discutible la capacidad del turismo de generar ingresos en los países de destino, ya que son los países de origen los que más se benefician de esta actividad: compañías de vuelo y grandes establecimientos hoteleros suelen pertenecer a multinacionales del Norte, además de que los operadores de estos países tienen capacidad de imponer precios a sus “socios” del Sur.

Finalmente, cabe señalar que en determinadas zonas donde se ha hecho una apuesta por el turismo como principal medio de desarrollo, se ha observado que genera problemas semejantes a los de de economías basadas en la agricultura de monocultivo para la exportación, tales como la dependencia de los precios del mercado internacional, muy fluctuantes, o un alto nivel de riesgo derivado de la escasa diversificación.

Impactos medio ambientales

Curiosamente, uno de los factores que favorece la aparición del turismo en una zona, el paisaje, suele mostrarse especialmente frágil con su desarrollo. Ya hemos visto como la llegada de turistas tiende a cambiar el uso de los recursos naturales. Pero más allá de ello, muchas veces tiende a sobreexplotarlos.

El turismo de masas se ha mostrado especialmente violento con el medio ambiente: urbanización de zonas naturales o no integrada en el paisaje, sobreutilización del recurso del agua, problemas relacionados con el tratamiento de las basuras, contaminación del agua por los residuos líquidos, destrucción de monumentos históricos, contaminación del aire por el uso de vehículos y calefacción, cambios en el paisaje para favorecer actividades de ocio como el golf o el esquí, etc. Estos procesos son más incisivos en los países del Sur, donde las normativas medio ambientales suelen ser más laxas para favorecer la industria turística y los recursos naturales son presa fácil de la especulación. Como ejemplo se puede señalar la crisis ecológica que está padeciendo la costa de Quintana Roo, en México, a causa del desmedido desarrollo de centros turísticos como Cancún o Cozumel.⁶⁴

Pero no sólo el turismo de masas incide sobre el medio ambiente. Formas de Turismo Alternativo también pueden hacer un uso no sostenible de los recursos. Bajo el concepto “turismo alternativo” se agrupan diversas formas de turismo que, a veces, buscan un desarrollo sostenible de la actividad, pero otras sólo expresan la contraposición al turismo de masas. No obstante, aunque sea sólo porque se trata de turismo a pequeña escala, las formas alternativas de turismo suelen conllevar mucha menos alteración en el paisaje.

Por el contrario hay ocasiones, cuando el paisaje es el principal valor turístico, que las instituciones públicas llegan a establecer normas conservacionistas extremas, hasta el punto de impedir el desarrollo normal de actividades tradicionales y sin entender que el ser humano tiene también un papel en el ecosistema.

Impactos socioculturales

En ocasiones se ha señalado que el turismo puede tener beneficios positivos al permitir la interrelación entre culturas diferentes. No obstante, los impactos socioculturales detectados suelen ser negativos para la sociedad anfitriona. Uno de los aspectos más destacados es la tendencia a acelerar cambios culturales que despojan de su significado a los elementos culturales para dejarlos sólo en lo epifenoménico, lo “visible”, que es tratado como una mercancía más. En Kenia, uno de los países africanos más turísticos, es común que etnias autóctonas representen danzas y rituales como atracción para los turistas fuera de su contexto cultural. La artesanía es un ámbito en el que estos procesos se dan con asiduidad: además de cambiar de finalidad (de bien de uso a mercancía), los modelos artesanales se homogeneizan según los supuestos gustos occidentales.

⁶⁴ Mónica Pérez de las Heras, Manual de Turismo Sostenible, España, Edit. Trillas, 2003,p.97

El desarrollo del turismo puede influir sobre la estructura de las sociedades anfitrionas, generando o incrementando la diferenciación social. Y es que los beneficios que se quedan en la zona de destino no se suelen repartir uniformemente, sino que tienden a ser monopolizados por un sector minoritario de la población. En el caso cubano, por ejemplo, si bien las empresas turísticas son mixtas (estado cubano – capital extranjero), los trabajadores que tienen contacto con los turistas (camareros, guías, etc.) suelen recibir, en propinas, varias veces el sueldo medio del país, lo que les ha convertido en un grupo social diferenciado y envidiado.

La capacidad de carga y sus indicadores

Turismo sostenible, se entiende mejor como una Filosofía de vida, en la que los que lo practican son conscientes de la fragilidad de los lugares que visitan y por tanto, este tiene un "límite" o por lo menos debería tener reglamentos de visita. Por consiguiente, el concepto de turismo sostenible se relaciona con el de capacidad de carga. Éste se define como el máximo aprovechamiento que se puede realizar de los recursos económicos, sociales, culturales y naturales de la zona de destino sin reducir la satisfacción de los visitantes y sin generar impactos negativos en la sociedad anfitriona o en el medio ambiente. Por tanto, podremos hablar de turismo sostenible cuando no se sobrepasa la capacidad de carga de una zona de destino, la capacidad de carga establecida, además responde a la meta del destino, al lugar al cual el destino quiere llegar en la mente de los visitantes.

*Una nueva aproximación a la Capacidad de carga, constituyen los Límites o Umbrales Aceptables de Cambio (LAC), que fueron establecidos inicialmente por el Servicio Forestal de los Estados Unidos, según esta metodología, se define el ideal al que se quiere llegar, el cual es monitoreado y revisado constantemente. El problema se encuentra en el momento de establecer los indicadores.*⁶⁵

A todo caso, y siguiendo su definición, el turismo sostenible lo ha de ser en las tres categorías en que se clasificaban los impactos del turismo: debe ser sostenible económica, social y medioambientalmente. En las últimas reuniones celebradas en Bolonia durante el mes de abril de 2008, donde se fundó la Red Europea de turismo Responsable, se habló igualmente de dar una mayor importancia al aspecto cultural tratando de sacarlo del gran ítem social.

El turismo sostenible no hace referencia a ninguna forma de turismo específica, aunque parece que el turismo tradicional tiene más dificultad en alcanzar la sostenibilidad que otras formas de turismo más alternativo. No obstante, y como queda dicho, bajo el término «turismo alternativo» se

⁶⁵ *Ibíd.*, p.112.

agrupan diversas formas turísticas, algunas de las cuales son gestionadas con un espíritu de lucro similar a las tradicionales y con impactos más que dudosos.

El modelo de turismo sostenible

Una de las formas de turismo alternativo que mayor expectativa ha generado es el denominado ecoturismo. En su definición original, sería una forma de turismo sostenible, ya que si bien hace especial insistencia en el tema medioambiental, no olvida el factor socioeconómico. Así, para la ONG Ecotourism Society, se trata de un turismo en zonas naturales que contribuye a la protección del medio ambiente y deja beneficios para la población local.⁶⁶

Ecuador es posiblemente el país sudamericano donde este tipo de turismo más se ha desarrollado, por iniciativa de sus potentes organizaciones indígenas de la selva y de la sierra.

El éxito del término ecoturismo, y tal vez como consecuencia de que parece hacer mayor hincapié en la sostenibilidad de tipo medioambiental que en otros, ha fomentado que operadores turísticos lo utilicen para definir formas de turismo de naturaleza poco o nada sostenibles.

Un mismo modelo de turismo no tiene efectos similares sobre sociedades diferentes. Su impacto varía dependiendo el contexto de la sociedad anfitriona, así como sus características endógenas sociales, políticas y económicas. En la Isla de Taquile, situada en el Lago Titicaca, desde la década de 1970 se desarrolla un modelo de turismo que combina la iniciativa privada con la gestión comunal de manera exitosa y sostenible. Sin embargo, el intento de aplicación de ese modelo por parte de otras comunidades vecinas pero con condiciones sociales y demográficas diferentes se convirtió en fuente de conflictos.

En conclusión, no parece que haya un modelo de turismo sostenible aplicable universalmente ya que, como queda dicho, el impacto del turismo varía dependiendo de las características de la sociedad anfitriona y de su contexto. En cambio, sí hay modelos de desarrollo turístico que, sean cuales sean las características sociales, económicas y medioambientales de la zona de destino, siempre son insostenibles: el turismo masificado, el turismo sexual, turismo a pequeña escala controlados por agentes foráneos, etc.

⁶⁶ <http://www.ecoturismo.org/turismo-responsable/turismo/benidorm-%c2%bfturismo-sostenible/>

Principios

Ante esta situación, el turismo responsable no aparece como un tipo o modelo de turismo específico, sino como un movimiento:⁶⁷

- que busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo que se han de tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales;
- que denuncia los impactos negativos que el turismo conlleva o puede conllevar en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer;
- que valora y reclama la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

Desde esta forma de entender el turismo responsable, el problema no consiste, solamente, en considerar que el turismo pueda ser un motor de desarrollo al que hay que ponerle algunos mecanismos correctores ante los riesgos que entraña.

Principios Básicos de Sostenibilidad

Toda actividad turística que realmente pretenda definirse como sostenible debe considerar los siguientes aspectos:⁶⁸

- Uso adecuado de los recursos naturales
- Respeto por la diversidad Socio-Cultural
- Asegurar prácticas empresariales adecuadas

¿Por qué es necesario tener en cuenta la sostenibilidad en el turismo? Según algunos investigadores, los pilares que sostienen esta actividad son el entorno (natural, histórico, artístico, social...) y el factor humano, ambos interdependientes. La explotación turística está provocando la destrucción del hábitat de patrimonio social, económico, natural y cultural. Por ello, se trabaja en este sentido a nivel mundial, con el fin de encontrar un equilibrio entre la explotación turística, el factor humano y nuestro entorno. Para alcanzar todo esto, es necesario tener en cuenta por una parte, los derechos que nos definen como personas y por otra las obligaciones que tenemos como habitantes de la Tierra. Así, diferentes organizaciones gubernamentales como la UNESCO o la

⁶⁷ <http://www.ecoturismo.org/turismo-responsable/turismo/benidorm-%c2%bfmodelo-de-turismo-sostenible/>

⁶⁸ *Ibíd.*, p.113

ONU tienen en cuenta los factores del ecoturismo, incluyéndolos entre sus políticas de sostenibilidad. Existiendo además la Carta de turismo sostenible de 1995.

CAPITULO IV

CAPITULO IV

4. ESTUDIO DE MERCADO

DEMOGRAFÍA

4.1. POBLACIÓN Y SEXO

De acuerdo con el último censo de 2010, la población total del Cantón Huaca es de 7.624 habitantes, existiendo técnicamente un equilibrio entre hombres y mujeres del 50% respectivamente, como se aprecia en el siguiente cuadro:

TABLA No.4. Población y Sexo

Sexo	Población	%
Hombre	3847	50
Mujer	3777	50
Total	7624	100

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.1.1. GRUPOS DE EDAD

Agrupando la población joven entre menos de 1 año hasta 19 años, conjuntamente representan el 41% del total de la población; la población adulta joven comprendida entre los 20 a 39 años representan el 31%; los adultos cuyas edades están entre los 40 hasta 49 años son el 11% y los adultos mayores el restante 17%, como se aprecia el siguiente cuadro:

TABLA No.5. Grupos de Edad

Grupos de edad	Casos	%
Menor de 1 año	134	2
De 1 a 4 años	523	7
De 5 a 9 años	759	10
De 10 a 14 años	882	12
De 15 a 19 años	774	10
De 20 a 24 años	658	9
De 25 a 29 años	539	7
De 30 a 34 años	573	8
De 35 a 39 años	553	7
De 40 a 44 años	486	6
De 45 a 49 años	363	5
De 50 a 54 años	288	4
De 55 a 59 años	211	3
De 60 a 64 años	229	3
De 65 a 69 años	191	3
De 70 a 74 años	189	2
De 75 a 79 años	138	2
De 80 a 84 años	72	1
De 85 a 89 años	48	1
De 90 a 94 años	12	0
De 95 a 99 años	2	0
Total	7624	100

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.1.2. AUTO IDENTIFICACIÓN RACIAL

De acuerdo con su auto identificación el 93% de los pobladores del Cantón Huaca son mestizos; blancos el 3% y el restante 4% se consideran indígenas, mulatos, indios, como se aprecia en el siguiente cuadro:

TABLA No.6. Auto identificación según su cultura y costumbres

Auto identificación según su cultura y costumbres	Casos	%
Total	7624	100
Mestizo/a	7119	93
Blanco/a	242	3
Indígena	106	1
Mulato/a	65	1
Afroecuatoriano/a Afrodescendiente	63	1
Montubio/a	13	0
Otro/a	10	0
Negro/a	6	0

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

DISCAPACIDAD

El 86% de la población del Cantón Huaca no tiene ningún tipo de discapacidad, mientras que un 6% considera que lo tiene y finalmente el restante 8% no contestó.

TABLA No.7. Discapacidad permanente por más de un año

Discapacidad permanente por más de un año	Casos	%
Si	446	6
No	6571	86
No responde	607	8
Total	7624	100

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.1.3. ANALFABETISMO

El 89% de la población del Cantón Huaca sabe leer y escribir, mientras que el restante 11% no lo sabe, es decir son analfabetos.

TABLA No.8. Analfabetismo

Sabe leer y escribir	Casos	%
Si	9974	89
No	1219	11
Total	11193	100

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.1.4. RAMA DE ACTIVIDAD

Las cinco principales actividades de la población en el Cantón Huaca, por orden de importancia son: 1) Agricultura y Ganadería; 2) Comercio al por mayor y menor, 3) Transporte y almacenamiento 9%, 4) Administración Pública y 5) Construcción.

TABLA No.9. Rama de Actividad

Rama de actividad (Primer nivel)	Casos	%
Total	37468	100
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	8211	22
Comercio al por mayor y menor	7388	20
Transporte y almacenamiento	3403	9
No declarado	3045	8
Administración pública y defensa	2560	7
Construcción	2029	5
Industrias manufactureras	2010	5
Enseñanza	1635	4
Actividades de los hogares como empleadores	1449	4
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	1096	3
Trabajador nuevo	1097	3
Otras actividades de servicios	804	2
Actividades de la atención de la salud humana	605	2
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	487	1
Actividades profesionales, científicas y técnicas	459	1
Información y comunicación	418	1
Actividades financieras y de seguros	362	1
Artes, entretenimiento y recreación	119	0
Explotación de minas y canteras	96	0
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	90	0
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	83	0
Actividades inmobiliarias	14	0
Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales	8	0

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.2. INFRAESTRUCTURA

4.2.1. TIPO DE VIVIENDA

El 86% de la población del Cantón Huaca viven en casas o villas; luego y muy por debajo, aquellos que viven en departamentos y mediaguas, con el 5% respectivamente y apenas un 2% en cuartos o casa de inquilinato.

TABLA No.10. Tipo de Vivienda

Tipo de la vivienda	Casos	%
Casa/Villa	2030	86
Departamento en casa o edificio	118	5
Cuarto(s) en casa de inquilinato	37	2
Mediagua	125	5
Rancho	16	1
Covacha	8	0
Choza	16	1
Otra vivienda particular	5	0
Cuartel Militar o de Policía/Bomberos	2	0
Otra vivienda colectiva	1	0
Sin Vivienda	1	0
Total	2359	100

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.2.2. PROPIEDAD DE LA VIVIENDA

El 50% de la población del Cantón Huaca, tiene vivienda propia y está totalmente pagada, mientras que los habitantes que arriendan viven en una casa prestada o cedida representan el 16% respectivamente; también resulta importante las personas que viven en casas que fueron heredades con el 10%; aquellas personas que están pagándola un 5%, entre los más importantes, como se aprecia en el siguiente cuadro:

TABLA No.11. Tenencia o propiedad de la vivienda

Tenencia o propiedad de la vivienda	Casos	%
Total	2003	100
Propia y totalmente pagada	994	50
Arrendada	330	16
Prestada o cedida (no pagada)	311	16
Propia (regalada, donada, heredada o por posesión)	204	10
Propia y la está pagando	107	5
Por servicios	49	2
Anticresis	8	0

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.2.3. PROCEDENCIA DEL AGUA

El 61% de la población de Huaca utiliza la red pública; sin embargo todavía un 37% de sus habitantes utilizan agua proveniente de pozo y apenas 1% de carro repartidor.

TABLA No.12. Procedencia principal del agua recibida

Procedencia principal del agua recibida	Casos	%
De red pública	1991	61
De pozo	1206	37
De río, vertiente, acequia o canal	37	1
De carro repartidor	34	1
Otro (Agua lluvia/albarrada)	1	0
Total	3269	100

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.2.4. PROCEDENCIA DE LA LUZ ELÉCTRICA

El 98% de los pobladores utiliza la red eléctrica de servicio público y apenas un 2% no tiene este servicio.

TABLA No.13. Procedencia de luz eléctrica

Procedencia de luz eléctrica	Casos	%
Total	1947	100
Red de empresa eléctrica de servicio público	1909	98
No tiene	32	2
Otro	6	0

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.2.5. ELIMINACIÓN DE LA BASURA

El 83% de los habitantes utiliza para eliminar su basura por medio de carros recolectores de basura; mientras un 8% arrojan basura a terrenos, 5% lo queman, 3% lo entierran y el restante 1% bota en el río, como se aprecia en el siguiente cuadro:

TABLA No.14. Eliminación de la basura

Eliminación de la basura	Casos	%
Por carro recolector	1611	83
La arrojan en terreno baldío o quebrada	158	8
La queman	93	5
La entierran	68	3
La arrojan al río, acequia o canal	12	1
De otra forma	5	0
Total	1947	100

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.2.6. TELÉFONO CONVENCIONAL

El 73% de los habitantes no cuentan con teléfono convencional y apenas el restante 27 si lo posee, como se aprecia en el siguiente cuadro:

TABLA No.15. Disponibilidad de teléfono convencional

Disponibilidad de teléfono convencional	Casos	%
Si	531	27
No	1472	73
Total	2003	100

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.2.7. TELÉFONO CELULAR

En sentido contrario de lo que pasa con la telefonía convencional; existe un gran presencia de la telefonía celular el cual se determina que el 76% de la población cuenta con telefonía celular y el restante 26% no lo tiene, como se aprecia en el siguiente cuadro:

TABLA No.16. Disponibilidad de teléfono celular

Disponibilidad de teléfono celular	Casos	%
Si	1477	74
No	526	26
Total	2003	100

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.2.8. DISPONIBILIDAD DE INTERNET

El 96% de la población no cuenta con el servicio de internet, por lo que la penetración de esta tecnología resulta muy baja, como se aprecia en el siguiente cuadro.

TABLA No.17. Disponibilidad de internet

Disponibilidad de internet	Casos	%
Si	82	4
No	1921	96
Total	2003	100

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.2.9. DISPONIBILIDAD DE COMPUTADORA

El 86% de la población no dispone de computadora y apenas el 14% si cuenta, sin embargo la penetración de esta tecnología resulta todavía baja.

TABLA No.18. Disponibilidad de computadoras

Dispone de computadora	Casos	%
Si	276	14
No	1727	86
Total	2003	100

FUENTE: INEC-VII Censo de Población y VI de Vivienda.2010

4.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

4.3.1. ATRACTIVOS TURÍSTICOS

4.3.1.1. Inventario de Atractivos Turísticos del Cantón Huaca

La Gerencia Regional del Ministerio de Turismo, establecen como metodología la elaboración de inventarios turísticos la siguiente:

“El inventario de atractivos turísticos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las aéreas del desarrollo turístico.

Los Atractivos Turísticos son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en contexto, atrae el interés del visitante.

Las facilidades turísticas comprenden el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo.”⁶⁹

4.3.1.2. Etapas para la Elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos

1. Clasificación del Atractivo:

Se trata de identificar claramente el atractivo para ver a que categoría, tipo y subtipo al que pertenece.

2. Recopilación de la Información

Se procede a seleccionar los atractivo identificados, para el cual se va a realizar una investigación de características. Esta fase es de investigación.

3. Trabajo de Campo

Consiste en visitar cada uno de los atractivos para verificar la información, en este proceso se le asigna las características al atractivo. El trabajo de campo debe planificarse en función del desplazamiento para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a lugares del sector público donde puedan facilitar la información adicional como: Consejos Provinciales, Cantonales, Juntas Parroquiales y realizar la visita acompañado de un habitante de la zona, se debe realizar cinco tomas fotográficas para cada atractivo.

4. Evaluación y Jerarquización

⁶⁹ Ministerio de Turismo, Metodología de Inventario de Atractivos Turísticos, 2004

Consiste en calificar al atractivo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar el atractivo objetiva y subjetivamente.

5. Clasificación de los Atractivos Turísticos

La clasificación de los atractivos según esta metodología se realiza en dos grupos: Sitios Naturales y Manifestaciones Culturales cada una se agrupa en tipos y subtipos.

En la categoría de Sitios Naturales se encuentra los siguientes tipos : Montañas, Planicies, Desiertos, Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas Protegidas.

En la categoría de Manifestaciones Culturales se encuentran los siguientes tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas y Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

6. Delimitación del Sitio Turístico

El Inventario Turístico se realizó con ayuda de una persona designada por la Junta Parroquial, se han identificado atractivos que con el manejo adecuado pueden convertirse en atractivos de calidad posesionándose en el mercado con un producto turístico de calidad.

El Cantón San Pedro de Huaca cuenta con los siguientes atractivos turísticos:

1. DATOS GENERALES	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Iglesia de la Purificación	FICHA N° 1
CATEGORÍA:	FECHA: 15-01-2012
TIPO:	
SUBTIPO:	
	

2. UBICACIÓN:	
PROVINCIA: CARCHI CANTÓN: San Pedro de Huaca PARROQUIA: Huaca COMUNIDAD:	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO San Gabriel DISTANCIA (Km): 25Km. NOMBRE DEL POBLADO: Julio Andrade DISTANCIA (Km): 3Km.	
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:	
ALTURA: 2.900 msnm TEMPERATURA: 14 °C	
4.1. VALOR INTRÍNSECO	
PROCEDENCIA:	
<p>A 500 metros de la Panamericana en la entrada principal al cantón está el templo de bellas características, con estilos que contrastan entre lo moderno, tradicional y localista, sufrió varias reconstrucciones procurando conservar el estilo de mediados del siglo XX.</p> <p>Ocupa una cuadra, incluyendo la casa parroquial y servicios anexos: casa del peregrino, teatro 2 de febrero.</p> <div style="text-align: center;">  </div>	



4.2. VALOR EXTRÍNSECO

USOS:

Turismo Religioso: Virgen de la Purificación

5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

Conservado	x
No Alterado	
Deteriorado	
Proceso de Deterioro	

6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

Alterado	
No Alterado	x
Deteriorado	
Conservado	
En Proceso de Deterioro	

7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIP	ESTAD	TRANSP	FRECUENCIAS
------	--------	-------	--------	-------------

	O	O DE LAS VÍAS			RTE				
		B	R	M		DIAR IA	SEMAN AL	MENSU AL	EVENTU AL
TERRESTRE	Asfaltado				Bus	x			
	Adoquinado		x		Automóvil	x			
	Empedrado				4 x 4	x			
	Sendero				Tren				
ACUÁTICO					Barco				
	Marítimo				Bote				
					Canoa				
	Fluvial				Otros				
AÉREO					Avión				
					Avioneta				
					Helicóptero				

TEMPORALIDAD DE ACCESO	
DÍAS AL AÑO : 365	
DÍAS AL MES	
Culturales	Eventuales
Naturales	Todos los días del año

RUTAS DE LOS BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS

Nombre de la Ruta: Huaca-Julio Andrade

Desde: Tulcán	Hasta: Mariscal Sucre	Frecuencia: Diaria
----------------------	------------------------------	---------------------------

8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

8.1. AGUA

Potable	<input checked="" type="checkbox"/>	
Entubada	<input type="checkbox"/>	
Tratada	<input type="checkbox"/>	
De pozo	<input type="checkbox"/>	
No existe	<input type="checkbox"/>	
Otros	<input type="checkbox"/>	

8.2. ENERGÍA ELÉCTRICA

Sistema		
Interconectado	<input checked="" type="checkbox"/>	
Generador	<input type="checkbox"/>	
No existe	<input type="checkbox"/>	
Otros	<input type="checkbox"/>	

8.3. ALCANTARILLADO

Red Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	
Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>	
Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>	
No existe	<input type="checkbox"/>	
Otros	<input type="checkbox"/>	

8.4. PRECIO

Si	<input type="checkbox"/>	
No	<input type="checkbox"/>	
Entrada libre	<input checked="" type="checkbox"/>	
Otros	<input type="checkbox"/>	

9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

NOMBRE: Museo

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local	<input checked="" type="checkbox"/>
Nacional	<input type="checkbox"/>
Provincial	<input type="checkbox"/>
Internacional	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

4.3.1.3. ESTACIÓN BIOLÓGICA GUANDERA:**11. DATOS GENERALES**NOMBRE DEL ATRACTIVO: **ESTACIÓN BIOLÓGICA GUÁNDARA****FICHA N° 2**

CATEGORÍA: ESTACIÓN BIOLÓGICA GUANDARA

FECHA:

29-01-2012

TIPO:

SUBTIPO:

12. UBICACIÓN:

PROVINCIA: CARCHI

CANTÓN: Huaca

PARROQUIA: Mariscal Sucre

COMUNIDAD:

13. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO

NOMBRE DEL POBLADO: Huaca

DISTANCIA (Km): 20Km.

NOMBRE DEL POBLADO: Mariscal Sucre

DISTANCIA (Km): 6Km.

14. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO:

ALTURA: 2.900 msnm

TEMPERATURA: 14 - 16°C

14.1. VALOR INTRÍNSECO

PROCEDENCIA:

La Estación Biológica Guandera está ubicada en medio del espectacular bosque de Guandera. Viejos árboles gigantes, torcidos y nudosos, cubiertos de musgos, bromelias y orquídeas a una altitud 3200- 4000 msnm, protege al último remanente de bosque interandino y páramo en la provincia del Carchi para ser disfrutado por biólogos, ornitólogos y en general por los amantes de la naturaleza. Caminando un poco más arriba, uno llega al espectacular páramo de frailejones, tal vez el páramo mayor conservado de todo el país.



Forma parte del “Tropical Andes Hotspot”, o punto caliente de biodiversidad, que es considerada como la región más diversa y rica del mundo. Así fue señalado por Richard Myers 1998) en su primera publicación de hotspot, donde se refirió a esta región como un “epicentro mundial de biodiversidad”. Posee una temperatura diaria promedio de 14-16 grados centígrados,



El bosque.- el área boscosa está dominada por el majestuoso árbol de guandera, que es un árbol con numerosas raíces y troncos secundarios y ocupa una gran área y da refugio a una comunidad entera de aves y otros animales, en un inventario preliminar en la reserva esta registrado más de 60 especies de árboles por hectárea, tenemos pandala, amarillo, encino, pata de gallo, pumamaque entre otras especies que deslumbran a los visitantes que buscan un verdadero bosque primario que conforma un maravilloso ecosistema único en el país. Además encontramos una gran variedad de orquídeas.



El páramo.- luego de los 3650 metros de altitud se observa el majestuoso páramo con sus jardines de frailejones con pajonales dotados de una colorida diversidad de plantas floridas junto con la espinosa achupalla comida favorita del oso de anteojos. En días despejados podemos admirar los nevados y volcanes que se levantan en la cordillera central de los Andes.



Aves y vida silvestre

Más de 145 especies de aves silvestres y migratorias de las cuales más de 100 son endémicas de los Andes y 30 son raras o amenazadas que incluye la cotinga ventricastaño que fue descubierta para ciencia. El loro de corona blanca, el Tucán de pecho gris de montaña, la pava andina, colibríes y tangaras constituye un paraíso para las aves.



Si tiene suerte podrá observar el oso de anteojos, además existe el venado, lobo del páramo pumas etc.

La reserva cuenta con una casa que puede alojar 20 personas. Cuenta con cocina, cocinero/a, comedor, agua caliente, una pequeña biblioteca y una computadora. Trabajan allí varias personas: un biólogo especializado en la biología de conservación,

un ingeniero en manejo de recursos naturales, una especialista en educación ambiental,
un guía guardabosque, entre otros recursos técnicos y personal de apoyo.

14.2. VALOR EXTRÍNSECO

USOS:

Turismo:

Turismo Ecológico

15. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO

Conservado	x
No Alterado	
Deteriorado	
Proceso de Deterioro	

16. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO

Alterado	
No Alterado	
Deteriorado	
Conservado	x
En Proceso de Deterioro	

17. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

TIPO	SUBTIP O	ESTAD O DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS			
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL
TERRESTRE	Asfaltado				Bus				x
	Lastrado				Automóvil				
	Empedrado	x			4 x 4				x
	Sendero	x			Tren				
ACUÁTICO	Marítimo				Barco				
					Bote				
					Canoa				
	Fluvial				Otros				
AÉREO					Avión				
					Avioneta				
					Helicóptero				

TEMPORALIDAD DE ACCESO	
DÍAS AL AÑO : 365	
DÍAS AL MES	
Culturales	
Naturales	Todos los días del año

RUTAS DE LOS BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS**Nombre de la Ruta: FREDCAR****Desde:** San Gabriel**Hasta:** Mariscal Sucre**Frecuencia:** Diaria

Para ingresar al mirador de San Miguel que se encuentra en la comunidad que lleva el mismo nombre debe contratarse una camioneta.

18. INFRAESTRUCTURA BÁSICA**18.1. AGUA**

Potable	<input checked="" type="checkbox"/>
Entubada	<input type="checkbox"/>
Tratada	<input type="checkbox"/>
De pozo	<input type="checkbox"/>
No existe	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

18.2. ENERGÍA ELÉCTRICA

Sistema	
Interconectado	<input checked="" type="checkbox"/>
Generador	<input type="checkbox"/>
No existe	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

18.3. ALCANTARILLADO

Red Pública	<input checked="" type="checkbox"/>
Pozo Ciego	<input type="checkbox"/>
Pozo Séptico	<input type="checkbox"/>
No existe	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

18.4. PRECIO

Si	<input checked="" type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
Entrada libre	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

19. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.

NOMBRE: NO TIENE ASOCIACION CON OTROS ATRACTIVOS

20. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

Local	<input type="checkbox"/>
Nacional	<input checked="" type="checkbox"/>
Provincial	<input type="checkbox"/>
Internacional	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

4.3.2. MANIFESTACIONES CULTURALES

LA FIESTA EN HONOR A LA SANTÍSIMA VIRGEN DE LA PURIFICACIÓN,

Del 1 de enero al 2 de febrero, fiesta tradicional religiosa celebrada con la participación diaria de barrios, comunidades y grupos de priostes voluntarios; rinden homenaje a la Patrona del Cantón, como un agradecimiento por los favores recibidos diariamente, ya que nuestra comunidad eminentemente católica basa su fé en la “Purita” como cariñosamente se llama, diariamente se queman castillos, juegos pirotécnicos, se organizan programas culturales, sociales, deportivos. A mediados del mes de enero se realiza, con la participación de todos los priostes, el pregón, en el cual se resaltan los valores religiosos y de engrandecimiento por la protección brindada por la Madre Santísima la Purita. Se cuenta con un museo de exhibición de hermosos vestidos y mantos donados por los fieles devotos desde el año de 1945.

4.3.2.1. FIESTAS DE CANTONIZACION DE SAN PEDRO DE HUACA

Del 24 de noviembre al 8 de Diciembre es uno de los más admirados a nivel de la Provincia del Carchi, sus barrios, comunidades e Instituciones Educativas Culturales y Deportivas presentan carros alegóricos creados por artistas huaqueños y representan la abundancia de sus campos el trabajo diario, el respeto a la naturaleza, sus anhelos, sus metas y esperanzas de un pueblo que quiere surgir y que confía en sus autoridades para lograr el progreso de su Cantón; comparsas tradicionales llenas de alegría con atuendos típico de la zona, del país y de la vecina República de Colombia, la elección de la Reina; desfile cívico militar y diversidad de programas artísticos culturales y deportivos.

Fiestas de Parroquialización de Mariscal Sucre, programas centrales Pregón de Fiestas, participan sus barrios y comunidades, presentando sus costumbres mediante carros alegóricos, danzas regionales, platos típicos, y ferias exposición de los productos de la zona del 17 al 2 junio.

Fiestas en honor a San pedro y San Pablo patrono de nuestro Cantón, del 20 al 29 de junio igualmente celebraciones con las participación de todos los barrios. Comunidades y grupos de priostes, quema de castillos y juegos pirotécnicos.

Fiestas religiosas en honor a la Santísima Virgen del Rosario, Patrona de la Parroquia Mariscal Sucre, Cantón San Pedro de Huaca, del 10 de octubre al 17 de octubre, fiestas en las que se demuestra la fé de un pueblo que se basa su trabaja diario en la protección de la Santísima Virgen del Rosario, por eso sus fieles le rinden un homenaje de agradecimiento de sus hogares y el desempeño de sus trabajos.

Cómo llegar:

Desde la capital del Ecuador se debe viajar por un lapso de cuatro horas hasta llegar a San Gabriel en Carchi, luego se toma una buseta hasta llegar a La Calera para luego arribar a Mariscal Sucre donde está ubicada la oficina que presta logística para esta gran aventura. El lapso aproximado de tiempo para llegar a Guandera desde Quito es de seis horas.

4.3.3. GASTRONOMÍA

En Huaca como toda la provincia del Carchi es posible degustar el cuy asado y las tortillas de tiesto, así como productos lácteos, en especial el queso amasado, en cuanto a bebidas es famoso el champús y el morocho con leche.

**4.3.3.1. QUESO AMASADO**

Tradicional y auténtico de la zona preparado a base de leche entera y sal que se lo puede acompañar con papas enteras, habas, choclos, mellocos.

4.3.3.2. CHAMPÚS

Preparado con morocho molido, después de una cocción de 20 minutos se le agrega mote y panela diluida.

4.3.3.3. CUY ASADO

Este es un plato más reconocido por su tradicional sabor, es echo a la brasa de carbón, acompañado de papas enteras y de las vísceras del mismo con una exquisita zarza.

4.3.4. ARTESANÍAS

La habilidad de los artesanos de esta jurisdicción se ve reflejada en la elaboración de sacos tejidos y la belleza de los bordados que se distinguen por su calidad, la actividad de la talabartería

proporciona una gran variedad de productos, el carrizo de monte y el chilande son materiales utilizados para producir canastos, carteras y adornos en general.

4.3.5. COMPAÑÍA DE TRANSPORTES

El cantón Huaca no cuenta con el servicio de buenas carreteras, ya que las condiciones de estas durante la mayor parte del año es regular a mala, por falta de un adecuado mantenimiento y de equipo caminero.

Huaca se conecta con la capital provincial y los otros cantones mediante busetas y Taxis de las cooperativas: de Huaca- Julio Andrade, Fredcar y las busetas Ciudad de Huaca y UTRANH.

4.3.6. PROBLEMA DEL TURISMO LOCAL

La falta de interés de anteriores administraciones y el bajo nivel de explotación racional de los atractivos turísticos que posee el Cantón San Pedro de Huaca (parroquias Huaca y Mariscal Sucre), no permite el desarrollo turístico, y la falta de oportunidades de que los viajeros que transitan, permanezcan, conozcan y aprovechen los recursos que posee este sector y esto genere un mayor fortalecimiento económico para sus habitantes, actualmente el sector no ha sido explotado, por ello es necesario mantener el valor natural y cultural de la zona.

4.3.6.1. INFRAESTRUCTURA HOTELERA Y DE RESTAURANTES

La infraestructura hotelera y de restaurantes en el Ecuador para 2008 (últimos datos estadísticos), registra 10.299 establecimientos. Carchi cuenta con 86 establecimientos, es decir representa el 0.83%, es decir cuenta con una infraestructura menor al 1%, es decir existe muy poca instalaciones hoteleras y de restaurante en esta provincia como se aprecia en el siguiente cuadro:

4.3.6.2. CAPACIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS QUE PRESTAN EL SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS SEGÚN CATEGORÍA Y PROVINCIA

AÑO: 2008

TABLA No.19. Capacidad de los establecimientos que prestan el servicio de alimentos y bebidas según categoría y provincia

PROVINCIA	TOTAL		
	No ESTAB	MESAS	SILLAS
AZUAY	501	4.394	17.578
BOLÍVAR	27	235	920
CAÑAR	179	1.643	6.577
CARCHI	86	1.031	4.124
COTOPAXI	36	366	1.572
CHIMBORAZO	326	3.021	11.685
EL ORO	287	3.354	13.350
ESMERALDAS	187	2.075	8.252
GUAYAS	4.190	39.813	158.636
IMBABURA	242	3.627	13.896
LOJA	269	3.093	12.336
LOS RÍOS	179	2.012	8.048
MANABÍ	363	3.038	11.844
MORONA SANTIAGO	79	753	3.012
NAPO	57	561	2.244
PASTAZA	159	1.443	5.772
PICHINCHA	2.034	33.954	135.078
TUNGURAHUA	399	4.322	17.174
ZAMORA CHINCHIPE	55	449	1.796
GALÁPAGOS	137	1.588	4.750
SUCUMBÍOS	22	344	1.376
ORELLANA	40	422	1.688
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	147	1.854	7.362
SANTA ELENA	298	2.575	10.300
TOTAL	10.299	115.967	459.370

Fuente : Catastros de Establecimientos Turísticos 2009

Dirección de Regulación y Control - Subsecretaría de Gestión Turística - Ministerio de Turismo

CAPACIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO SEGÚN CATEGORÍA Y PROVINCIA.

El número de hoteles a nivel nacional son 3.399 número, mientras que en la Provincia de Carchi son 37, es decir equivale a 1%.

Mientras el número de habitaciones a nivel nacional son 79.235 y en la Provincia de Carchi son 653, equivalente a 0.82%, es decir menor al 1%. Por lo que se puede concluir que la infraestructura hotelera en esta provincia es deficiente.

TABLA No.20. CAPACIDAD DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

PROVINCIA	TOTAL		
	No ESTAB	HABIT	PLAZAS
AZUAY	137	2937	5757
BOLÍVAR	25	342	616
CAÑAR	29	432	832
CARCHI	37	653	1259
COTOPAXI	35	457	973
CHIMBORAZO	109	2001	4239
EL ORO	89	2478	4916
ESMERALDAS	325	5346	12772
GUAYAS	410	15665	33450
IMBABURA	160	6708	14483
LOJA	144	2613	5058
LOS RÍOS	96	1712	3154
MANABÍ	351	6712	16154
MORONA SANTIAGO	44	710	1387
NAPO	122	1660	4065
PASTAZA	71	1738	3765
PICHINCHA	587	12696	27322
TUNGURAHUA	211	3620	7140
ZAMORA	27	390	694
CHINCHIPE			
GALÁPAGOS	68	1521	3262
SUCUMBÍOS	46	1115	2318
ORELLANA	39	944	1649
SANTO DOMINGO	93	2109	4206
DE LOS TSÁCHILAS			
SANTA ELENA	144	4676	9155
TOTAL	3.399	79.235	168.626

Fuente: Catastros de Establecimientos Turísticos 2009 –

Dirección de Regulación y Control - Subsecretaría de Gestión Turística -

Ministerio de Turismo

4.4. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

El sector turístico en el Ecuador, se caracteriza por un crecimiento promedio del 7%, anual en la última década, esta actividad gira alrededor de las actividades a turistas, desde el alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, esparcimiento y operación propiamente dicha.⁷⁰

El ingreso de extranjeros al país ha sido constante para el período de análisis que partiendo en 2007 de 937.487 extranjeros alcanzó la cifra de 1. 140.978, es decir ha existido un crecimiento en estos cinco años del 17.83%, equivalente a un promedio anual de 3.57%. Mientras que la variación entre los años 2010 al 2011 fue del 8.97%, por lo que se puede determinar que la variación el último año ha sido superior a la medio, factor favorable para el turismo en el Ecuador, como se puede apreciar en el siguiente cuadro:

TABLA No.21. LLEGADA DE EXTRANJEROS AL ECUADOR

MES	2007	2008	2009	2010	2011	VAR% VAR% 2011/2010
ENE	84.070	92.378	86.544	96.109	105.541	9,81
FEB	69.534	74.174	72.742	89.924	86.424	-3,89
MAR	74.929	77.946	72.226	82.452	87.486	6,11
ABR	67.788	67.557	72.910	70.540	87.509	24,06
MAY	68.583	74.667	70.277	77.618	82.811	6,69
JUN	85.769	89.262	89.889	91.602	99.944	9,11
JUL	101.088	109.250	102.571	110.545	117.997	6,74
AGO	91.309	96.336	87.221	95.219	98.987	3,96
SEP	64.966	73.757	68.124	71.776	80.083	11,57
OCT	72.365	79.814	77.960	83.701	88.338	5,54
NOV	73.273	83.458	76.965	81.253	92.566	13,92
DIC	83.813	86.698	91.070	96.359	113.292	17,57
TOTAL	937.487	1.005.297	968.499	1.047.098	1.140.978	8,97

⁷⁰ OSORIO Luna Luís (2011), Ecuador Proyección al 2020, Quito, Edit. Universidad Alfredo Pérez Guerrero,p.360

Anuarios de Migración Internacional - INEC (2007-2011);
DIRECCION NACIONAL DE MIGRACION

De acuerdo con el ministerio de turismo para 2011, la mayoría de visitantes que arribaron a Ecuador fueron de Colombia (61 403), seguidos por los turistas estadounidenses (58 531), peruanos (40 615), españoles (13 832), chilenos (12 290) y argentinos (12 153), mientras el resto fue de otras nacionalidades.

4.4.1. DESPLAZAMIENTO TURISMO INTERNO

Para el año 2008, que es el último que se tiene información oficial, por parte del Ministerio de Turismo, en su página web registra que se desplazaron entre el periodo entre julio y septiembre la cantidad de 1'262.683 personas.

Los 10 destinos principales de viaje resultan por importancia: Salinas, Atacames, Manta, Guayaquil, Quito, Santo Domingo de los Tsáchilas, Cuenca, Playas, Ambato, Esmeraldas, como se aprecia en el siguiente cuadro:

TABLA No. 22 ESTIMACION DE DESPLAZAMIENTO – TURISMO INTERNO
(PERÍODO JULIO – SEPTIEMBRE DE 2008)

DESTINO PRINCIPAL DEL VIAJE	VISITAS/personas
SALINAS	68222
ATACAMES	59350
MANTA	58695
GUAYAQUIL	55424
QUITO	50068
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS	36638
CUENCA	31898
GENERAL VILLAMIL(PLAYAS)	31345
AMBATO	30216
ESMERALDAS	28319
TONSUPA	27926

QUEVEDO	25737
SANTA ELENA	25666
IBARRA	25437
VINCES	24218
DAULE	23181
MACHALA	21360
PORTOVIEJO	20507
BAÑOS	20381
LATACUNGA	19499
LA TRONCAL	18236
LOJA	16899
CHONE	15830
PUYO	15038
SANTA ROSA	12570
JIPIJAPA	12478
EL SALITRE (LAS RAMAS)	12454
LA LIBERTAD	12372
RIOBAMBA	11222
RICAUURTE	10904
OTAVALO	9906
NARANJAL	9459
MILAGRO	9314
PAUTE	9122
GUALACEO	9119
BABAHOYO	9056
AZOGUES	8875
PENIPE	8811
HUAQUILLAS	8353
CALCETA	7698
PASAJE	7548
PIÑAS	7193
BALZAR	6938
ABDON CALDERON (LA UNION	6324
EL GUABO	6282

PEDRO CARBO	6051
PEDERNALES	5953
ZARUMA	5940
SAN CARLOS	5895
VELASCO IBARRA (EL EMPALME)	5890
MACAS	5766
SAN MIGUEL	5493
MANGLARALTO	5464
TULCAN	5401
EL CISNE	5161
GUANO	5093
NUEVA LOJA	4982
NARCISA DE JESUS	4969
PAJAN	4890
SAN JACINTO DE BUENA FE	4787
OTROS	234.860
SUMAN	1'262.683

Fuente: Encuesta a Hogares/2008

4.4.2. DEMANDA TURISMO PROVINCIA DE CARCHI

DEMANDA HISTÓRICA.

En base al cuadro anterior, Tulcán, para ese trimestre (julio-septiembre2008), tuvo apenas 5.401 turistas y representa el 0.43% del total, es decir anualmente el turismo interno representa para la Provincia de Carchi la cantidad de:

Turistas mensuales: $5.401/3 = 1.800$

Turistas anuales: $1.800*12 = 21.600$

4.4.3. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Para proyectar la demanda que tendría la Provincia del Carchi, se parte del supuesto que el crecimiento del sector turístico es del 7%, valor promedio que ha tenido este sector en la última década, como se indicó anteriormente.

Como se puede apreciar en el cuadro, se estima que para el año 2012 vayan a visitar a la Provincia del Carchi y por tanto puedan visitar el Cantón Huaca la cantidad de 26.461 turistas, como se aprecia en el siguiente cuadro:

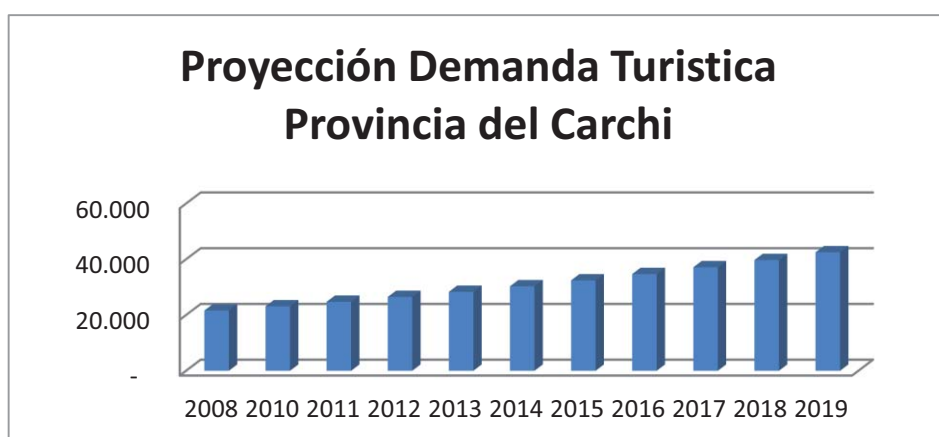
TABLA No.23. PROYECCIÓN DEMANDA TURISTAS PARA LA PROVINCIA CARCHI

PROYECCIÓN DEMANDA TURISTAS PARA LA PROVINCIA CARCHI		
		TURISTAS
0	2008	21.600
1	2010	23.112
2	2011	24.730
3	2012	26.461
4	2013	28.313
5	2014	30.295
6	2015	32.416
7	2016	34.685
8	2017	37.113
9	2018	39.711
10	2019	42.490

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

GRÁFICO No.6. Proyección Demanda Turística



FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

4.4.4. DEMANDA TURISTAS CANTÓN HUACA

La Provincia de Carchi de acuerdo con el VII Censo de Población y VI de Vivienda del año 2010, cuenta con 165.524 habitantes, el peso que tendría el Cantón Huaca en relación a la población total de la provincia:

Población Cantón Huaca

Peso Población = ----- * 100

Población Provincia del Carchi

7.624

Peso Población = ----- * 100

165.524

Peso Población del Cantón Huaca = 4.60%

Demanda proporcional del Cantón Huaca en relación con la Provincia del Carchi.

TABLA No.24. PROYECCIÓN DEMANDA PROVINCIA CARCHI

PROYECCIÓN DEMANDA PROVINCIA CARCHI			
		Provincia	Cantón Huaca 4,60%
0	2008	21.600	994
1	2010	23.112	1.063
2	2011	24.730	1.138
3	2012	26.461	1.217
4	2013	28.313	1.302
5	2014	30.295	1.394
6	2015	32.416	1.491
7	2016	34.685	1.596
8	2017	37.113	1.707
9	2018	39.711	1.827
10	2019	42.490	1.955

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Como se aprecia en el cuadro el Cantón Huaca contaría con 1.217 turistas para el año 2012 y de mantenerse esta tendencia para 2019 serán 1.955 turistas.

Perfil del Consumidor

De acuerdo a un sondeo realizado por el Ministerio de Turismo de la Región Sierra Norte en las Provincias del Carchi e Imbabura, a una muestra de 100 pasajeros extranjeros y 100 nacionales, en las ciudades de Otavalo, Ibarra y Tulcán, se han obtenido los siguientes resultados:

Turista Extranjero

Entre los turistas extranjeros que visitan la región norte de Ecuador, se encuentran jóvenes de 18 a 25 años y adultos de 42 a 50 años; los viajeros tienen un nivel de educación universitaria y profesionales con postgrado, ingresos monetarios mensuales entre 1500 – 3000 dólares y 7500 dólares en aumento, lo cual indica un nivel exigente de la demanda.

La mayoría de visitantes son de origen europeo y norteamericano, entre los principales motivos de viaje esta las culturas locales y la naturaleza, aproximadamente el 55% de los visitantes son de género masculino y 45% femenino, con un poder de gasto diario de 50 dólares o más. Los medios informativos por los que el turista elige su destino de viaje son variados entre las Web, guías internacionales y recomendaciones publicadas en conocidos libros y guías de viajero.

Los mercados internacionales que consumen este producto son: EEUU, España, Francia y Alemania.

Turista Nacional

En su mayoría los viajeros son jóvenes entre 18 y 29 años seguidos de otro grupo de 30 a 40 años, los que presentan ingresos mensuales promedio de \$500 y \$1.000 dólares. En un 50% con nivel educativo universitario, prácticamente se tiene por igual visitantes mujeres como hombres. Su poder de gasto se encuentra entre los 30 dólares promedio por día y por persona.

Los visitantes en su mayoría son de Quito, que viajan en grupos organizados o en compañía de su familia, vacaciones de 5 días promedio y van hacia lugares que ofrecen naturaleza y vida silvestre.

4.4.5. PROBLEMA CENTRAL

La no-explotación turística ha permitido que tanto la naturaleza como distintos rincones de este bello Girón de la Patria no se hayan descubierto. Por lo que se requiere proponer la creación de una ruta turística para el Cantón.

4.5. ANÁLISIS FODA

ANÁLISIS FODA PARA EL CANTÓN HUACA Y SUS RECURSOS TURISTICOS, GASTRONÓMICOS

4.5.1. FORTALEZAS

- Contar con platos típicos con identidad propia; el ají de cuy o cuy asado y las tortillas de maíz.
- Dispone de flotas de transporte interprovincial y locales para la movilización de turistas tanto nacionales como extranjeros.
- Su población es amigable y cordial, gusta de la visita de turistas nacionales como extranjeros.
- Cuenta con ferias, eventos culturales, sociales, durante todo el año.
- Existe atractivos turísticos: como es la iglesia de la Purificación; la Estación Biológica Guandaras en donde se encuentra el bosque y el páramo con el mismo nombre.

4.5.2. OPORTUNIDADES

- Las autoridades del cantón Huaca, están dispuestas a promocionar sus recursos naturales, gastronómicos, como también apoyar iniciativas para su preservación y divulgación.
- El gobierno nacional a través del Ministerio de Turismo apoya el desarrollo local para capacitación y fortalecimiento de los recursos turísticos.
- Existe en el pueblo una conciencia por rescatar sus raíces culturales y naturales y gastronómicas.
- Integrarse a campañas publicitarias del gobierno para fomentar el turismo nacional como la visita a nuevos destinos turísticos.

4.5.3. DEBILIDADES.

- Las nuevas generaciones van perdiendo parte de su cultura e identidad.
- Existe una mala conexión vial entre el cantón Huaca con el resto del país a través de la Panamericana Norte.
- No existe una presencia significativa de turistas en la zona.
- No se ha contado con un levantamiento catastral sobre sus atractivos turísticos ni gastronómicos para el cantón.
- Existe un índice de pobreza alto en la zona.
- Falta de señalización en las vías después de la panamericana hacia la población de Huaca.
- Los locales donde se expenden sus platos típicos, no son visualmente agradables y tampoco higiénicos.
- No dispone de una buena infraestructura hotelera, que permita el alojamiento de turistas.

4.5.4. AMENAZAS.

- Incremento de la delincuencia.
- Recesión de la economía y desempleo.
- Paros, huelgas, bloqueo de carreteras.
- Promociones turísticas en otros cantones.
- Inestabilidad Política
- Falta de recursos económicos por parte del Municipio de Huaca, para impulsar una ruta turística.

4.6. PLAN DE INVERSIONES

En este capítulo se diseñaron tres perfiles de proyectos utilizando la metodología de la SENPLADES y el Ministerio de Turismo; los Perfiles de Proyectos planteados en base a las necesidades y prioridades de la población para el Cantón San Pedro de Huaca son los siguientes: “Perfil de Proyecto de Talleres de Capacitación Turística” y “Proyecto de Fortalecimiento de la Infraestructura Turística”, que consta de 3 sub proyectos integrales y son: a) Creación de una hostería; b) Implementación de un restaurante dentro de las instalaciones de la hostería y c) adquisición de un vehículo Mini Van para llevar a los turistas por los atractivos turísticos de la zona

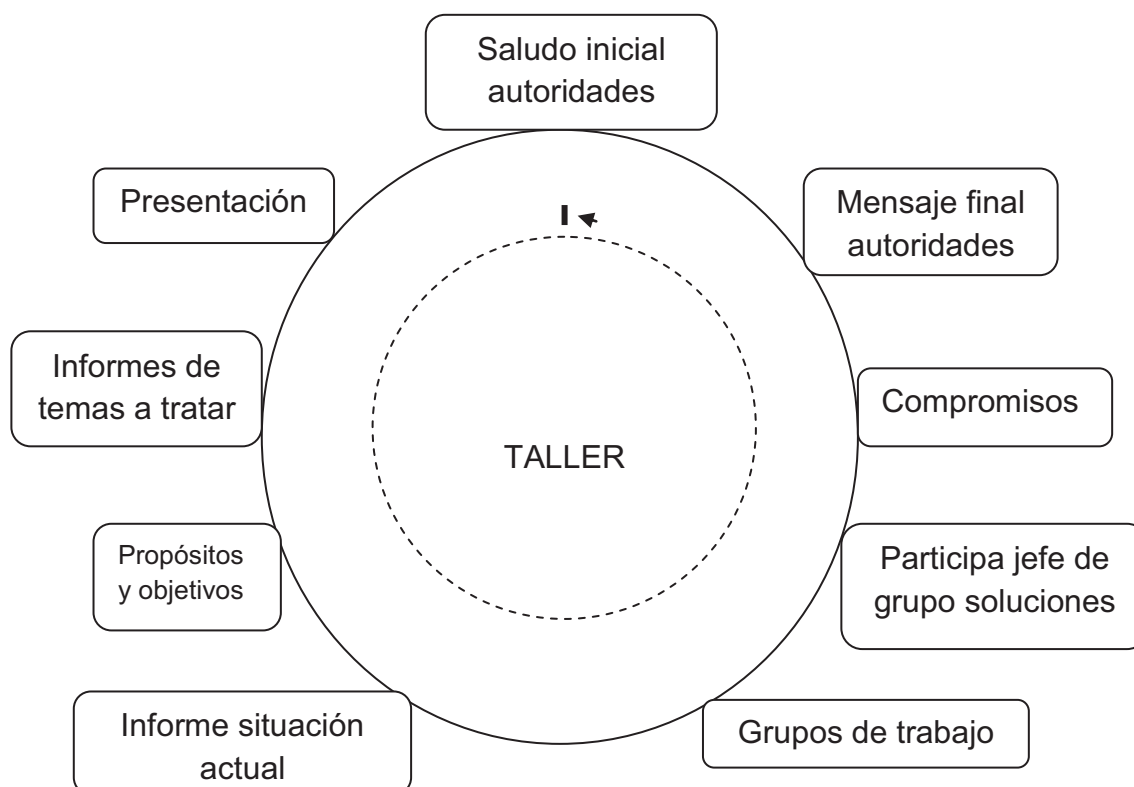
4.6.1. PERFIL PROYECTO TALLERES TURSITICOS

PROCESOS DE LOS TALLERES

Los procesos de los talleres en el Cantón San Pedro de Huaca se realizaron con la presencias de los actores sociales y organizaciones sociales que participan en los mismos.

Las reuniones se empiezan con la presentación de los participantes, la misma que se lleva a cabo a través de un ejercicio participativo de intervención que identifica al participante, luego de estos dan sus expectativas con respecto al taller y el Plan de desarrollo general para la formación y capacitación turística

2 GRÁFICO No.7. Proceso de Talleres



La finalidad de realizar todo este procedimiento, es para:

1. Identificar y realizar un inventario turístico en el Cantón San Pedro de Huaca
2. Determinar problemas existentes en relación a los lugares identificados como oferta turística
3. Encontrar posibles de soluciones a los diferentes problemas existentes en relación con los atractivos turísticos.
4. Brindar una concientización a la población del cantón para la atención a los turistas tanto nacionales como extranjeros, para presentar un ambiente amigable y sociable para que los turistas se encuentran bien recibidos.
5. Capacitación en servicio y atención al cliente para de esta manera generar satisfacción en los turistas.

Se dictara talleres en cuanto:

- Alojamiento ya que el lugar debe ser limpio, confortables y sobre todo debe conservar lo autóctono y tradicional de la población.

- Gastronomía que permitirá rescatar la alimentación tradicional del Cantón San Pedro de Huaca, para mejorar la calidad y presentación de los platos típicos; de tal manera que se brinde al turista productos de calidad que puedan consumirse con seguridad.
- Guianza de tal manera que el turista conozca los atractivos con los que cuenta el Cantón, guiados por los propios pobladores que sepan inglés, (para lo cual se dictará curso de idioma inglés orientados al manejo turístico de la zona) el guía constituye el nexo entre el turista y las comunidades ya que tiene la oportunidad de presentar los recursos naturales y culturales con las que cuenta el Cantón San Pedro de Huaca. Es importante que el guía este técnicamente capacitado y cuente con las herramientas necesarias para brindar un buen servicio a los turistas.
- Servicio de transporte ya que es necesario que se trate con respeto al turista nacional y extranjero, debe brindarse seguridad y sobretodo tener conocimiento de la localización de los atractivos turísticos.
- Elaboración de artesanías en cuero, es decir trabajos en talabartería: como son: chompas, billeteras, monederos, llaveros, correas; sombreros, zapatos, botas, etc.

PROYECTO DE CAPACITACION

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

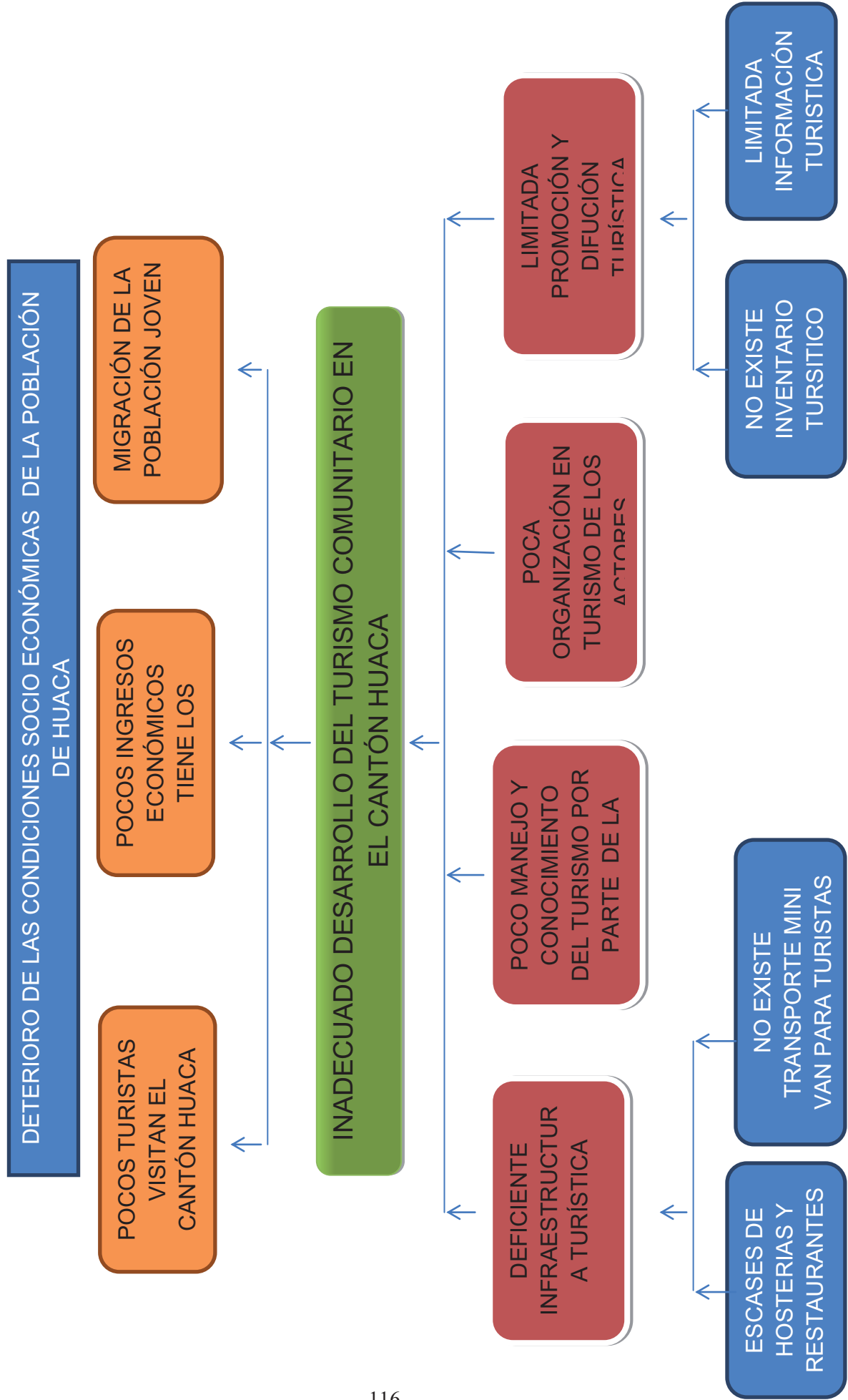
El Cantón Huaca no ha podido explotar los recursos naturales y culturales que posee. No existe un levantamiento de inventario turístico con el que el turista pueda conocer de sus atractivos.

Tampoco cuenta actualmente con una adecuada infraestructura turística cuanto a hospedaje, restaurantes y carece de artesanía por lo que es necesario organizar a la población de la parroquia para poder potencializar los servicios que puede ofrecer.

El Cantón con stand, banners, material turístico, no manejan un manual de imagen corporativa trípticos, afiches, volantes, página web, tampoco se realiza publicidad en televisión y radio para conocimiento de los turistas nacionales.

Es necesario que la Parroquia se dé a conocer con la ayuda proporcionada por el Ministerio de Turismo a través de las ferias que desarrolla a nivel nacional e internacional, ya que a los turistas extranjeros les gusta la experiencia de compartir las costumbres de la población y el turismo natural, ecológico.

GRÁFICO No.8. Árbol de Problemas



OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General:

Alto Desarrollo del Turismo en el Cantón San Pedro de Huaca.

Objetivos Específicos:

- Dar a conocer al turismo como actividad productiva
- Desarrollar el Turismo Comunitario.
- Capacitar a la población para el manejo sustentable del turismo comunitario.

Componentes del proyecto y principales actividades dentro de estos

Componente 1.

Brindar herramientas y conocimientos para el manejo del turismo como actividad productiva.

Actividad 1.1

- Capacitar a la comunidad del Cantón San Pedro de Huaca para potencializar las diferentes formas de activar la producción como la elaboración de artesanías. Las cuales pueden estar orientadas para la elaboración de artículos en cuero como son: chompas, billeteras, monederos, llaveros, correas; sombreros, zapatos, botas, etc. Para aprovechar de esta manera las curtiembres de cueros que existe en la Provincias de Carchi e Imbabura y tomar como ejemplo la población de Cotacachi en donde su población se ha especializado en la elaboración de artículos de cuero.

Componente 2.

Conocimiento de Turismo Comunitario.

Actividad 2.1.

2.1.- Desarrollar talleres de capacitación en comercialización y servicio al cliente.

Actividad 2.2.

2.2.- Realizar talleres de capacitación en alojamiento, gastronomía y transporte.

Actividad 2.3.

2.3.- Desarrollar talleres de capacitación de guías lugareños del cantón.

Componente 3.

Elevado nivel de conocimientos en turismo.

Actividad 3.1.

3.1.- Concientizar en la población la importancia del turismo y el rescate de su identidad.

Actividad 3.2.

3.2.- Realizar recuperación de fiestas tradicionales en el Cantón.

Soluciones y Servicios del Proyecto

1.- La población del Cantón San Pedro de Huaca estará capacitada en el manejo sustentable del turismo comunitario y comprenderá que es una actividad productiva, mediante la elaboración de artesanías se beneficiaran los hogares que viven de esta actividad permitiendo dinamizar la economía del Cantón.

2.- El Cantón San Pedro de Huaca contara con guías capacitados que sepan inglés de tal manera poder dar a conocer los atractivos naturales y culturales.

3.- La población habrá recuperado su identidad y fiestas tradicionales siendo parte de la oferta turística del Cantón.

Impactos esperados

1.- Mejorar la calidad de vida de la población de los habitantes del Cantón San Pedro de Huaca.

2.- Impulsar en la población la actividad turística comunitaria como una alternativa productiva generadora de ingresos y fuente de empleo.

3.- Consagrar la calidez de la gente, costumbres y manifestaciones culturales, como carta de presentación para atraer turistas nacionales y extranjeros al Cantón San Pedro de Huaca.

4.- Manejo adecuado y técnico de los atractivos naturales con los que cuenta el Cantón San Pedro de Huaca a través de la capacitación de los pobladores ya que el entorno es el eje de la actividad turística comunitaria.

Beneficiarios

En general el turismo en el Ecuador se verá beneficiado, ya que los pobladores estarán capacitados en temas de turismo comunitario y verán al turismo como un eje motor de la economía.

Los moradores del Cantón San Pedro de Huaca tendrán información actualizada y técnicamente elaborada sobre los atractivos turísticos con los que cuenta su locación y principalmente contará con sus propios guías que serán capacitados en cursos para el manejo del idioma inglés para de esta manera poder comunicarse con turistas extranjeros, como también contarán con habilidad de servicio al cliente y estarán capacitados en temas relacionados con alojamiento, gastronomía.

El dinamismo de la economía huaquense será impulsada por el incremento del turismo, que generaría ingresos relacionados con la venta de artesanías, hospedaje, alimentación, venta de recuerdos, artesanías, transporte entre otros y de esta manera mejorar la calidad de vida de esta comunidad.

Por lo que en términos generales el impulso de la actividad turística no solo beneficiará a los actores involucrados directamente con las actividades que realicen los turistas, sino que produce un efecto multiplicados para el resto de la población por tener actividades conexas unos con otros.

Los turistas tanto nacionales como extranjeros que visiten el Cantón San Pedro de Huaca disfrutaran al conocer de las costumbres y tradiciones que existen ahí, como su participación activa en ellas, convirtiéndose en una experiencia única y digna de recomendarla entre amigos y familiares, así se lograría el crecimiento del turismo para este sector.

TABLA No.25. BENEFICIARIOS DIRECTOS

TALLER	PARTICIPANTES
Elaboración de Artesanías en Cuero (Talabartería)	30
Capacitación en comercialización y servicio al cliente.	50
Capacitación en alojamiento, gastronomía y transporte.	16
Guías lugareños de Huaca	12
Concientización importancia de la población	100
Recuperación de Fiestas Tradicionales	100
TOTAL	308

FUENTE: SOCIALIZACIÓN DEL PROYECTO

ELABORADO POR: LOS AUTORES

BENEFICIARIOS DIRECTOS: 308 PERSONAS

BENEFICIARIOS INDIRECTOS: RESTO POBLACIÓN DE HUACA

TABLA No.26. MONTO DE INVERSION.

MONTO DE INVERSION

<u>ACTIVIDADES</u>	Fuentes de financiamiento		
Capacitar a la comunidad de Huaca para potencializar las diferentes formas de activar la producción como la elaboración de artesanías. En base al cuero: chompas, billeteras, botas, zapatos, sombreros, etc.	Externo	Interno	TOTAL
	\$5.000	\$5.000	\$10.000
Desarrollar talleres de capacitación en comercialización y servicio al cliente.	Externo	Interno	TOTAL
	\$1.500		\$1.500
Realizar talleres de capacitación en alojamiento, gastronomía y transporte.	Externo	Interno	TOTAL
	\$6.000		\$6.000
Desarrollar talleres de capacitación de guías lugareños de Huaca.	Externo	Interno	TOTAL
	\$5.000	\$1.000	\$6.000
Concientizar en la población la importancia del turismo y el rescate de su identidad.	Externo	Interno	TOTAL

Realizar recuperación de fiestas tradicionales del Cantón San Pedro de Huaca			
	\$1.800	\$1.200	\$3.000
	Externo	Interno	TOTAL
	\$6500	\$6.500	\$13.000
	TOTAL		
	Externo	Interno	TOTAL
	\$25.800	\$13.700	\$39.500

ELABORADO: POR LOS AUTORES

TABLA No.27. PLAZO DE EJECUCION

ACTIVIDADES	2012												MESES
	ENERO	FEB	MARZO	ABRIL	MAY	JUNIO	JULIO	AGOSTO	TOTAL				
Socialización Proyectos													
Diagnóstico Arbol Problemas													
Capacitación Artesanal elaboración articulos de cuero													
Capacitación Servicio al cliente													
Capacitación alojamiento turistas en hosterías													
Capacitación en Gastronomía													
Capacitación Transporte (rutas turísticas)													
Taller:Rescate identidad													
Recuperación Fiestas Tradicionales													
Capacitación Guías Turísticas													
Evaluación Actividades													
TOTAL TIEMPO (meses)	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8,00			

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

UNIDADES EJECUTORAS

La unidad ejecutara para el proyecto se lo realizará a través del Municipio de Huaca como también a través de los actores sociales y organizaciones sociales

TABLA No.28. ESTRUCTURA ANALITICA DEL PROYECTO EAP

OBJETIVOS	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<u>FIN</u> Apoyar al progreso del turismo comunitario en el Cantón San Pedro de Huaca, Provincia del Carchi	Una vez ejecutado el proyecto porcentaje de pobladores capacitados en las comunidades que conocen de Turismo Comunitario en un 80 por ciento en relación al año base 2012.	<ul style="list-style-type: none"> Reportes del número de personas capacitadas en Turismo Comunitario por el MINTUR 	El gobierno nacional a través de la SENPLADES priorizara proyectos de inversión turística a nivel nacional a partir del año 2013.
<u>PROPÓSITO</u> Alto desarrollo del turismo en el Cantón.	<ul style="list-style-type: none"> Al finalizar la ejecución del proyecto, El Cantón San Pedro de Huaca tendrá un buen conocimiento en cuanto a comercialización, servicio al cliente, alojamiento, gastronomía y lo más importante los propios pobladores serán guías turísticos, incrementándose la tasa de visitas al Cantón Huaca en un 25% en relación al año base 2012. 	<ul style="list-style-type: none"> Revistas de Turismo Comunitario en donde se incluyen los servicios de las Parroquias y Cantones que ofrecen Turismo Comunitario información del MINTUR 	Al iniciar el proyecto se firma un convenio de asistencia técnica entre el Ministerio de Turismo, autoridades del Cantón San Pedro de Huaca y la Universidad Técnica del Norte.

<p><u>COMPONENTES</u></p> <p>1.-Conocimiento del turismo como actividad productiva.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Al finalizar el primer año del proyecto para el Cantón San Pedro de Huaca habrá incrementado sus conocimientos del turismo como actividad las ventas de las artesanías aumentaran en un 25% con respecto al año base 2012. 	<ul style="list-style-type: none"> Informe proporcionado por el MINTUR en cuanto a la capacitación de la población del Cantón San Pedro de Huaca acerca de los talleres impartidos. 	<p>En el primer año de ejecución del proyecto la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Central se compromete a brindar charlas sobre potencialidad de inversión turística en este Cantón</p>	
<p>2.-Conocimiento de Turismo Comunitario.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Al finalizar el tercer año de ejecución del proyecto, la comunidad del Cantón San Pedro de Huaca se habrán capacitado en servicio al cliente, alojamiento, gastronomía, y contarán con guías lugareños de Huaca 	<ul style="list-style-type: none"> Informe de capacitaciones, evaluaciones. 	<p>La Dirección Provincial de Turismo del Carehi se compromete a dotar de dos facilitadores para realizar eventos de capacitación durante el primer mes del proyecto.</p>	

<p>3.-Elevado nivel de conocimientos en turismo.</p>	<p>aumentando en un 60% el ingreso de turistas a la Parroquia en relación al año base 2012.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Al finalizar el cuarto año la población del Cantón San Pedro de Huaca habrá recuperado en un 70% su identidad y sus tradiciones. 		<p>La Asociación de Turismo Comunitario de Huaca (en formación) se compromete durante la ejecución del proyecto a realizar eventos para transmitir ideas y experiencias de turismo comunitario.</p>
---	--	--	---

<u>ACTIVIDADES</u>	Fuentes de financiamiento			• Informes de ejecución	Durante todo el período del proyecto, las transferencias por parte de las instituciones patrocinadoras de fondos se efectúan oportunamente.
	Externo	Interno	TOTAL		
1.1.-Capacitar a la comunidad de Huaca para potencializar las diferentes formas de activar la producción como la elaboración de artesanías. En base al cuero: chompas, billeteras, botas, zapatos, sombreros,etc	\$5.000	\$5.000	\$10.000		
2.1- Desarrollar talleres de capacitación en comercialización y servicio al cliente.	\$1.500		\$1.500		
2.2.- Realizar talleres de capacitación en alojamiento, gastronomía y transporte.	\$6.000		\$6.000		
2.3.- Desarrollar talleres de capacitación de guías lugareños de Huaca.	\$5.000	\$1.000	\$6.000		
	\$1.800	\$1.200	\$3.000		

3.1.- Concientizar en la población la importancia del turismo y el rescate de su identidad.	<table><tr><td>Externo</td><td>Interno</td><td>TOTAL</td></tr><tr><td>\$6500</td><td>\$6.500</td><td>\$13.000</td></tr><tr><td colspan="3">TOTAL</td></tr></table>	Externo	Interno	TOTAL	\$6500	\$6.500	\$13.000	TOTAL			
Externo	Interno	TOTAL									
\$6500	\$6.500	\$13.000									
TOTAL											
3.2.- Realizar recuperación de fiestas tradicionales del Cantón San Pedro de Huaca	<table><tr><td>Externo</td><td>Interno</td><td>TOTAL</td></tr><tr><td>\$25.800</td><td>\$13.700</td><td>\$39.500</td></tr></table>	Externo	Interno	TOTAL	\$25.800	\$13.700	\$39.500				
Externo	Interno	TOTAL									
\$25.800	\$13.700	\$39.500									

Fuente: Talleres participativos Cantón San Pedro de Huaca / 23Octubre 2011

Elaborado por: Los Autores

4.6.2. PERFIL DE PROYECTO DE FORTALECIMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA.

El fortalecimiento de la infraestructura se basa en 2 proyectos que se integran:

- 1.- Construcción de una Hostería.
- 2.- Implementación de un restaurante dentro de las instalaciones de la hostería.
- 3.- Adquisición de un vehículo Mini Van para la movilización de turistas

CONSTRUCCIÓN DE HOSTERIA





DATOS GENERALES DEL PROYECTO

a) Nombre del Proyecto

Proyecto de Fortalecimiento de la Infraestructura Turística para el Desarrollo Turístico Comunitario, por medio de la Construcción de una Hostería en el Cantón San Pedro de Huaca Provincia del Carchi.

b) Entidad Ejecutora

Ministerio de Turismo- Municipio del Cantón San Pedro de Huaca- Junta Parroquial

c) Cobertura y Localización

PROVINCIA: Carchi

CANTON: San Antonio de Huaca

PARROQUIA: Huaca

d) Monto

Cuatrocientos sesenta y un mil ciento sesenta dólares (USD. 461.160).

e) Plazo de Ejecución

12 meses

f) Sector y tipo del proyecto

Sector 12: Turismo

Subsector 12.3: Infraestructura

DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA

Descripción de la Situación Actual del Área de Intervención del Proyecto

En la Planificación Estratégica del Cantón San Pedro de Huaca del 2011-2016 se realizó un diagnóstico participativo para el turismo. Entre los principales problemas se determinaron como los más importantes: una inadecuada organización e información en turismo y principalmente la carencia de hoteles, hosterías, cabañas, donde los turistas puedan pernoctar (dormir), como también la carencia un medio de transporte adecuado para llevar a los turistas por los atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón San Pedro de Huaca, bajo nivel de desarrollo de artesanías, inexistencia de un inventario turístico del sector, locales informales y sin permisos sanitarios.

Identificación, descripción y diagnóstico del problema

A pesar de existir turismo tanto nacional como internacional por encontrarse la Provincia del Carchi limítrofe con el país vecino de Colombia, no se a podido potencializar ni direccionar a los turistas a este Cantón por la falta básicamente de infraestructura hotelera, restaurantes que

cuenten con permisos de sanidad, registros sanitario y que tenga una presentación adecuada para llegada de foráneos a estas instalaciones, tampoco se cuenta con un vehículo que permita llevar de manera adecuada, segura y cómoda a los diferentes atractivos con los que se cuenta.

OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

- Contar con Infraestructura Turística adecuada para los visitantes al Cantón San Pedro de Huaca.

Objetivos Específicos

- Implementar una hostería con 14 habitaciones, totalmente amobladas.
- Crear un restaurante que se encuentre dentro de esta instalación de la hostería.
- Incorporar una Mini Van para transportar a los turistas por todos atractivos de la zona.

Indicadores de resultado

Los indicadores de resultado, son elaborados en base a la matriz del marco lógico, en donde se registran además:

- Indicadores
- Medios de verificación
- Supuestos

Como se aprecia a continuación:

MATRIZ DE MARCO LOGICO

TABLA No.29. Matriz de Marco Lógico

OBJETIVOS			INDICADORES		MEDIOS DE VERIFICACIÓN		SUPUESTOS
<u>FIN</u>	Contribuir al incremento de visitantes y turistas en el Cantón San Pedro de Huaca.	Una vez ejecutado el proyecto, el porcentaje de turistas satisfechos con la infraestructura, se incrementa en un 50 por ciento en relación al año base 2012	<ul style="list-style-type: none"> Reportes del número de turistas que visitan el Cantón San Pedro de Huaca. Dirección de Planificación -MINTUR 	Durante todo el período del proyecto, el Ministerio de Turismo será el proponente y coordinador de la ejecución del proyecto en el Cantón San Pedro de Huaca.			
<u>PROPÓSITO</u>	Contar con Infraestructura Turística adecuada para los visitantes al Cantón San Pedro de Huaca.	<ul style="list-style-type: none"> Al finalizar la ejecución del proyecto, se contará con una Hostería que cuenta con 14 habitaciones que tendrán una ocupación de 52 personas simultáneamente, con una tasa de ocupación promedio del 55% incrementándose esta tasa en un 10% en relación al año base 2012. 	<ul style="list-style-type: none"> Anuario estadístico sobre el número de turistas que han visitado el Cantón San Pedro de Huaca-MINTUR, Cámara Turístico. Informes de ejecución de proyecto 	Hasta finales del mes de junio del 2011 se encuentra priorizado por SENPLADES el proyecto y con el acta de transferencia de fondos del MEF.			

<u>COMPONENTES</u>	
1. Infraestructura Turística Mejorada en el Cantón San Pedro de Huaca	<ul style="list-style-type: none"> Al finalizar el primer año del proyecto se contará con una Hostería la cual contará con un restaurante, como también un transporte que consiste en una Mini Van para llevar a los turistas; las instalaciones tiene una capacidad diaria de recibir 52 turistas, el cual estará operativo en un 100% para el año 2013 Acta de entrega-recepción con la empresa constructora <p>Al finalizar el tercer mes de ejecución del proyecto se firma un convenio de asesoría técnica con el Ministerio de Turismo y la JPSR para la dotación de capacitadores.</p>

<u>ACTIVIDADES</u>	Fuentes de financiamiento			<ul style="list-style-type: none"> • Informes de ejecución presupuestaria 	Durante todo el período del proyecto, las transferencias de fondos se efectúan oportunamente
	Externo	Interno	TOTAL		
1.1. Compra de terreno en el Cantón San Pedro de Huaca para la edificación de la Hostería	\$12.500	\$12.500	\$25.000		
1.2.- Construcción Hostería	Externo	Interno	TOTAL		
	\$150.000	\$150.000	\$300.000		
1.3.- Adquisición Muebles y Equipos Hostería	Externo	Interno	TOTAL		
	\$24.765	\$24.765	\$49.530		
1.4.- Adquisición Transporte Mini Van	Externo	Interno	TOTAL		
	\$7.445	\$7.445	\$14.890		
1.5.- Efectuar la construcción de una unidad de vigilancia	Externo	Interno	TOTAL		
	\$9.700	\$6.300	\$16.000		

1.6.- Realizar los Gastos de Constitución.	Externo	Interno	TOTAL
	1.250	\$1.250	\$2.500

1.7.- Disponer de un Capital de Trabajo para el inicio de Actividades	Externo	Interno	TOTAL
	\$23.475	\$23.476	\$46.915

1.8.-Provisionar el 5% para imprevistos para el proyecto	Externo	Interno	TOTAL
	\$10.746	\$10.746	\$ 21.492

VALOR TOTAL DEL PROYECTO	Externo	Interno	TOTAL
	\$230.580	\$ 230.580	\$ 461.160

Fuente: Talleres Participativos Noviembre/2011

Elaborado por: Los Autores

Viabilidad y Plan de Sostenibilidad

Viabilidad Técnica

La viabilidad técnica va a estar dada por la Secretaría de Turismo del Carchi, el Gobierno Parroquial, Municipio del Cantón San Pedro de Huaca y el MINTUR.

Viabilidad Económica y Financiera

El Ministerio de Turismo y la SENPLADES son quién se encargaran de financiar el proyecto para presentar el proyecto se debe cumplir con los lineamientos y requerimientos de estas instituciones.

Supuestos utilizados para el cálculo

La metodología utilizada en el presente proyecto es acorde a las disposiciones técnicas de la Secretaría Nacional de Planificación SENPLADES (DLF-109).

Para la formulación de costos e inversiones se adjuntan al perfil las matrices de costos por actividad y componente en función de la metodología del Marco Lógico.

BENEFICIARIOS:

BENEFICIARIOS DIRECTOS: 16 empleos directos

BENEFICIARIOS INDIRECTOS: Población de Huaca

Identificación, cuantificación y valoración de ingresos, beneficios y costos (de inversión, operación y mantenimiento)

Ingresos

Los ingresos por precio/tarifa del servicio prestado está en función del valor que pagan los turistas tanto por su hospedaje, alimentación y movilización por la ruta turística es de \$ 415.520 USD anuales, con unos costos totales de \$207.717; con una vista promedio de

turistas para el Cantón San Pedro de Huaca de 883 personas; y demás cálculos se detallan a continuación que demuestran técnicamente la viabilidad de este proyecto.

MOBILIARIO PARA LA HOSTERÍA

La hostería para su operación requiere el siguiente mobiliario:

TABLA No.30. Recepción

RECEPCION	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL EN USD
COUNTER	1	2500	2500
DECORACION	VARIOS	150	150
TELEFONOS	1	80	80
RADIO	1	400	400
SILLA	2	60	120
SILLONES	2	250	500
MESA CENTRO	1	150	150
SUMAN			3.900

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.31. Sala de Juegos

SALA DE JUEGOS	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL EN USD
VILLA	1	1.000	1.000
MESA CARTAS	3	350	1050
PING PONG	1	600	600
TV 40PULGADAS	1	1.300	1.300
SILLON	4	80	320
DECORACION	VARIOS	150	150
SUMAN			4.420

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.32. Habitación Decorada

HABITACIÓN DECORADO	Cantidad	Costo Unitario	SUMAN	NUMERO HABITACIONES	TOTAL EN USD
CAMA	2	200	400		
COLCHON	2	220	440		
VELADOR	2	80	160		
LAMPARAS	4	50	200		
TELEFONO	1	30	30		
MESA	1	150	150		
SILLON	2	200	400		
SILLA	1	60	60		
ESPEJO	1	150	150		
DECORACION	VARIOS	120	120		
SUMAN			2110	14	29.540

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.33. Muebles Comedor y Equipo

MUEBLES COMEDOR Y EQUIPO	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL EN USD
MESAS 6pax c/u	8	220	1760
SILLAS	36	15	540
MESAS AUXILIAR	3	100	300
MUEBLE BAR	1	1250	1.250
EQUIPO SONIDO	1	650	650
DECORACION	VARIOS	350	350
SUMAN			4.850

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.34. Lencería

	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL EN USD
Lencería, Toallas etc.	VARIOS	1000	
SUMAN			1.000

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.35. Equipos Administración

EQUIPOS ADMINISTRACION	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL EN USD
COMPUTADOR	2	650	1.300
CAJA	1	750	750
TELEFONO	3	30	90
SUMAN			2.140

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.36. Equipos Cocina

EQUIPOS COCINA	Cantidad	Costo Unitario	TOTAL EN USD
CONGELADOR	1	750	750
REFRIGERADOR	1	750	750
MESA TRABAJO	2	300	600
VATIDORA	1	30	200
LICUADORA	1	100	80
COCINA	1	450	450
MICROONDA	1	250	250
OLLAS, SARTENES, ETC		500	500
UTENSILLOS		100	100
SUMAN			3.680

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.37. Totales

MOBILIARIO	VALOR
RECEPCION	3.900
SALA DE JUEGOS	4.420
DECORACION HABITACIONES	29.540
MUEBLES COMEDOR	4.850
LENCERIA TOALLAS	1.000
EQUIPO COCINA	3.680
EQUIPO ADMINISTRACIÓN	2.140
SUMAN	49.530

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.38. NÚMERO DE EMPLEADOS PARA LA HOSTERIA

	NUMERO
DETALLE	EMPLEADOS

Gerente	1
Recepcionista- Cajera	1
Contador	1
Cocinero	1
Ayudante Cocina	2
Ama de Llaves	1
Camareras	4
Meseros	2
Chofer Mini Van	1
Polifuncional	2
TOTAL	16

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Para el proyecto los gastos constitución son todos aquellos valores requeridos para la puesta en marcha del negocio, es decir los gastos de implementación para el funcionamiento de la hostería, para el presente proyecto se requiere de \$2.500USD, en los cuales se incluye valores por permisos y patentes

CAPITAL DE TRABAJO

Para el normal funcionamiento de la hostería se ha estimado un tiempo de 90 días, equivalente a 3 meses, para los siguientes rubros.

SUELDO EMPLEADOS NOMINA

Los sueldos empleados, que conforman el rol de pagos de la empresa, es decir que trabajan todo el año en la empresa, que representa la cantidad de \$ 129.444 dólares y que representa un capital de trabajo de \$32.361 USD.

TABLA No.39. Sueldo Empleados

AÑO 2012	NUMERO	SALARIO	TOTAL	13 SUELDO	14 SUELDO	VACACIONES	APORTE		COSTO/MES	COSTO
EN DÓLARES	EMPLEADOS	BASICO	SBU	SBU/12	292	SBU/24	PATRONAL	RESERVA	EMPLEADOS	ANUAL
DETALLE		UNIFICADO		TOTAL	TOTAL	TOTAL	IESS (12,15%)	SBU/12	USD	EMPLEADOS
Gerente	1	850	850	71	24	35	103	-	1.084	13.006
Recepcionsita-Cajera	1	460	460	38	24	19	56	-	598	7.173
Contador	1	500	500	42	24	21	61	-	648	7.771
Cocinero	1	500	500	42	24	21	61	-	648	7.771
Ayudante Cocina	2	420	840	70	49	70	204	-	1.233	14.793
Ama de Llaves	1	440	440	37	24	18	53	-	573	6.874
Camareas	4	430	1.720	143	24	287	836	-	3.010	36.123
Meseros	2	420	840	70	49	70	204	-	1.233	14.793
Chofer Mini Van	1	450	450	38	24	19	55	-	585	7.023
Polifuncional	2	400	800	67	49	67	194	-	1.176	14.117
TOTAL	16	4.870	7.400	617	316	627	1.827	-	10.787	129.444

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

CAPITAL TRABAJO	32.361
------------------------	---------------

TABLA No.40. SERVICIOS BÁSICOS

SERVICIOS BÁSICOS		
DETALLE	VALOR	
	MES	AÑO
Servicio Eléctrico	180	2160
Agua Potable	60	720
Teléfono +Internet	120	1440
Cilindros de gas	70	840
Varios	50	600
TOTAL	430	5.160,00

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

CAPITAL TRABAJO	1290
------------------------	-------------

TABLA No.41. MATERIALES DE OFICINA.

MATERIALES DE OFICINA		
Detalles	MES	AÑO
Materiales de Oficina	50	600

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

CAPITAL TRABAJO	150,00
------------------------	---------------

TABLA No.42. ARTÍCULOS DE LIMPIEZA

ARTICULOS DE LIMPIEZA				
Detalle	Cantidad	Precio		AÑO
		Unitario	Total	
Escobas	4,00	4,00	16,00	
Trapeadores	4,00	4,00	16,00	
Pinoklin Detergente liquido	8,00	5,00	40,00	
Cloro	8,00	3,00	24,00	
Papel Higiénico (paquete)	30,00	6,00	180,00	
Otros			5,00	
SUMAN			281,00	3.372,00

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

CAPITAL TRABAJO	483
------------------------	------------

TABLA No.43. PUBLICIDAD

PUBLICIDAD		
Detalles	MES	AÑO
Tarjetas, hojas membretadas, afiches, dípticos, trípticos	600	7200

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.44. COMBUSTIBLE Y MANTENIMIENTO MINI VAN

COMBUSTIBLE MANTENIMIENTO MINI VAN		
Detalles	MES	AÑO
COMBUSTIBLE MANTENIMIENTO MINI VAN (CAPACIDAD 7 TURISTAS)	120	1440

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

ALIMENTACIÓN HUÉSPEDES

Previo un análisis de costos se ha determinado que a un huésped se le suministrará al día para su alimentación: entrada, sopa, plato fuerte; bebidas; que tiene un costo promedio de \$3.84/día (costo establecido previamente por los investigadores), que equivaldría a un Capital de Trabajo de \$ 3.336 USD, como se analizará a continuación:

TABLA No.45. Costo Diario Persona Alimentación

COSTO DIARIO PERSONA ALIMENTACIÓN	
DETALLE	EN USD
Sopas	0,8
Plato Fuerte	1,2
Postres	0,84
Bebidas Frías y calientes	1
SUMAN	3,84

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Para establecer el capital de trabajo para la alimentación de huéspedes, es importante primeramente calcular el número de huéspedes en base al número de habitaciones, días en una semana y tasa de ocupación:

TABLA No.46. Cálculo Clientes por Día-Semana

CÁLCULO CLIENTES POR DIA-SEMANA						
Días/ Rotación por Habitación	HABITACION TIPO TURISTA	HABITACION TIPO FAMILIAR	HABITACION PARA GRUPOS	SUMAN	TASA DE OCUPACION	TOTAL/ CLIENTES
Número Habitaciones	5	6	3	14	%	
Número Personas * Habitación	2	4	6	12		
Lunes	10	24	18	52	45	23
Martes	10	24	18	52	45	23
Miércoles	10	24	18	52	50	26
Jueves	10	24	18	52	55	29
Viernes	10	24	18	52	60	31
Sábado	10	24	18	52	70	36
Domingo	10	24	18	52	80	42
SUMAN	70	168	126	364		211

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Una vez estimado que el número de huéspedes por día – semana (de acuerdo con la tasa de ocupación estimada), el cual como se aprecia en el cuadro anterior, se puede contar con 211 turistas semanales.

Éste número se multiplicará por el número de días que tiene el calendario para el año 2012:

TABLA No.47. Calendario Año 2012

CALENDARIO AÑO 2012							
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Enero	5	5	4	4	4	4	5
Febrero	4	4	5	4	4	4	4
Marzo	5	4	4	4	5	5	4
Abril	5	4	4	4	4	4	5
Mayo	4	5	5	5	4	4	4
Junio	4	4	4	4	5	5	4
Julio	5	5	4	4	4	4	5
Agosto	4	4	5	5	5	4	4
Septiembre	4	4	4	4	4	5	5
Octubre	5	5	5	4	4	4	4
Noviembre	4	4	4	5	5	4	4
Diciembre	5	4	4	4	4	4	5

FUENTE: CALENDARIO AÑO 2012

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Finalmente en base al número de huéspedes promedio por los días que tiene calendario por mes; se llega a determinar que el número de huéspedes son 10.975 personas.

TABLA No.48. Cálculo Número Huéspedes por Mes y Anual

CÁLCULO NÚMERO HUÉSPEDES POR MES Y ANUAL								
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
Enero	117	117	104	114	125	146	208	931
Febrero	94	94	130	114	125	146	166	868
Marzo	117	94	104	114	156	182	166	933
Abril	117	94	104	114	125	146	208	907
Mayo	94	117	130	143	125	146	166	920
Junio	94	94	104	114	156	182	166	910
Julio	117	117	104	114	125	146	208	931
Agosto	94	94	130	143	156	146	166	928
Septiembre	94	94	104	114	125	182	208	920
Octubre	117	117	130	114	125	146	166	915
Noviembre	94	94	104	143	156	146	166	902
Diciembre	117	94	104	114	125	146	208	907
SUMAN	1.264	1216,8	1352	1458,6	1622,4	1856,4	2.205	10.975

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA**ELABORADO POR: LOS AUTORES**

En base al cual se establecerá el costo de alimentación anual, sabiendo que el costo promedio/día huésped es de \$3.84 USD

El costo total de alimentación huéspedes es de \$ 42.142 USD, como se aprecia en el siguiente cuadro:

TABLA No.49. Costo Alimentación Huéspedes

COSTO ALIMENTACIÓN HUÉSPEDES								
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
Enero	449	449	399	439	479	559	799	3.574
Febrero	359	359	499	439	479	559	639	3.335
Marzo	449	359	399	439	599	699	639	3.584
Abril	449	359	399	439	479	559	799	3.484
Mayo	359	449	499	549	479	559	639	3.534
Junio	359	359	399	439	599	699	639	3.494
Julio	449	449	399	439	479	559	799	3.574
Agosto	359	359	499	549	599	559	639	3.564
Septiembre	359	359	399	439	479	699	799	3.534
Octubre	449	449	499	439	479	559	639	3.514
Noviembre	359	359	399	549	599	559	639	3.464
Diciembre	449	359	399	439	479	559	799	3.484
SUMAN	4.852	4.673	5.192	5.601	6.230	7.129	8.466	42.142

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

Por lo que el costo mensual de alimentación huéspedes es de \$3.512, equivalente a un capital de trabajo de \$10.536, como se aprecia en el siguiente cuadro.

TABLA No.50. Capital Trabajo

ALIMENTACIÓN HUESPEDES	
COSTO MES	3.512
CAPITAL TRABAJO	10.536

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

GASTOS VARIOS

Los egresos que no han sido contemplados anteriormente y que por su monto no representan un egreso significativo se agrupan en esta cuenta.

TABLA No.51. Gastos Varios

GASTOS VARIOS		
Detalles	MES	AÑO
Otros	100	1200

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

CAPITAL TRABAJO	300,00
------------------------	---------------

TOTAL CAPITAL DE TRABAJO

Agrupando las cuentas anteriormente señaladas se obtiene un valor de \$ 42.280USD, como capital de trabajo para el proyecto, como se detalla en el siguiente cuadro:

TABLA No.52. Consolidación Capital Trabajo

CONSOLIDADADO CAPITAL TRABAJO	
DETALLE	VALOR
SUELDO EMPLEADOS	32.361
SERVICIOS BÁSICOS	1.290
ARTICULOS DE LIMPIEZA	483
PUBLICIDAD	1.800
COSTO ALIMENTACIÓN HÚESPEDES	10.536
COMBUSTIBLE MANTENIMIENTO FURGONETA	360
MATERIALES DE OFICINA	150
GASTOS VARIOS	300
SUMAN	47.280

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

INGRESOS

Para determinar los ingresos, se usa la misma metodología utilizada para calcular el costo de la alimentación, ya que en ella se determina el número de huéspedes que la hostería tendría en base al número de habitaciones, tasa de ocupación y valor por persona, el cual resulta ingresos por \$5.994 (este valor incluye transporte en mini van por los atractivos turísticos en Huaca), como se aprecia en el siguiente cuadro:

TABLA No.53. Ingresos Cálculo Clientes por Día-Semana

INGRESOS CÁLCULO CLIENTES POR DÍA - SEMANA						
Días/ Rotación por Habitación	TURISTA	FAMILIAR	GRUPO	SUMAN	TASA DE OCUPACIÓN	INGRESOS DIARIOS
Número Habitaciones	5	6	3	14	%	
Valor Habitación Noche Doble	40	30	20			
NUMERO PERSONAS HABITACIÓN	2	4	6			
Lunes	400	720	360	1.480	45	666
Martes	400	720	360	1.480	45	666
Miércoles	400	720	360	1.480	50	740
Jueves	400	720	360	1.480	55	814
Viernes	400	720	360	1.480	60	888
Sábado	400	720	360	1.480	70	1.036
Domingo	400	720	360	1.480	80	1.184
SUMAN	2.800	5.040	2.520	10.360		5.994

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

En base al cuadro anterior y al calendario se determinó que se tendría ingresos por concepto de habitación de \$312.554 anuales, como se aprecia en el siguiente cuadro:

TABLA No.54. Cálculo Ingreso Habitaciones por Mes-Anual

CÁLCULO INGRESOS HABITACIONES POR MES- ANUAL								
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
Enero	3.330	3.330	2.960	3.256	3.552	4.144	5.920	26.492
Febrero	2.664	2.664	3.700	3.256	3.552	4.144	4.736	24.716
Marzo	3.330	2.664	2.960	3.256	4.440	5.180	4.736	26.566
Abril	3.330	2.664	2.960	3.256	3.552	4.144	5.920	25.826
Mayo	2.664	3.330	3.700	4.070	3.552	4.144	4.736	26.196
Junio	2.664	2.664	2.960	3.256	4.440	5.180	4.736	25.900
Julio	3.330	3.330	2.960	3.256	3.552	4.144	5.920	26.492
Agosto	2.664	2.664	3.700	4.070	4.440	4.144	4.736	26.418
Septiembre	2.664	2.664	2.960	3.256	3.552	5.180	5.920	26.196
Octubre	3.330	3.330	3.700	3.256	3.552	4.144	4.736	26.048
Noviembre	2.664	2.664	2.960	4.070	4.440	4.144	4.736	25.678
Diciembre	3.330	2.664	2.960	3.256	3.552	4.144	5.920	25.826
SUMAN	35.964	34.632	38.480	41.514	46.176	52.836	62.752	312.354

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

INGRESOS POR ALIMENTACIÓN HUÉSPEDES

Se ha determinado, de acuerdo con el estudio previo, que en alimentación el margen de utilidad es del 100% de los costos para la elaboración de los platos; por lo que el ingreso por de alimentación unitario es de \$8 USD, este valor multiplicado por el número de 10.975 clientes, se tiene ingresos por este rubro de \$84.285, como se aprecia en el siguiente cuadro:

TABLA No.55. Ingresos Alimentación por Alimentación Huéspedes

INGRESO ALIMENTACION POR ALIMENTACIÓN HUÉSPEDES	
DETALLE	EN USD
CLIENTES AÑO	10.975
PRECIO ALIMENTACION	8
INGRESOS ANUALES	84.285

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

CONSOLIDADO INGRESOS

El proyecto contempla dos fuentes de ingresos el primero que es los ingresos por el servicio de habitaciones en donde se incluye el transporte y movilización por medio de una mini van por todos los atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón San Pedro de Huaca y el segundo rubro es la alimentación de sus huéspedes, que para el primer totalizan un valor de \$396.639, como se aprecia en el siguiente cuadro.

TABLA No.56. Consolidado Ingresos

INGRESOS					
AÑOS	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS HABITACIÓN	312.354,00	312.354,00	312.354,00	312.354,00	312.354,00
INGRESOS ALIMENTACION	84.284,93	84.284,93	84.284,93	84.284,93	84.284,93
INGRESOS CONSOLIDADOS	396.639	396.639	396.639	396.639	396.639
AÑOS	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021
INGRESOS CONSOLIDADOS	396.639	396.639	396.639	396.639	396.639

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

INVERSIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto para su implementación requiere de una inversión de \$461.600 USD. De los cuales un 84% se requiere para adquisición de Activos Fijos; un 10% para Capital de Trabajo; 5% para Imprevistos; y el restante 1 % para imprevistos, como se aprecia en el siguiente cuadro

TABLA No.57. Inversión Total

INVERSIÓN TOTAL		
	Inversión	%
	USD	
I. ACTIVO FIJO		
TERRENO	25.000	
OBRA CIVIL	300.000	
MUEBLES Y EQUIPOS DE HOSTERIA	49.530	
MINI VAN RECORRIDO TURISTICO (7 PASAJEROS)	14.890	
TOTAL ACTIVO FIJO	389.420	84
II GASTOS DE CONSTITUCION		
	2.500	
TOTAL GASTOS CONSTITUCIÓN	2.500	1
III CAPITAL DE TRABAJO		
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	47.280	10
SUMAN(I+II+III)	439.200	
IV . IMPREVISTOS (5 %)	21.960	5
TOTAL INVERSION	461.160	100

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

ORIGEN DE LA INVERSIÓN

El monto total de la inversión es de \$461.160 USD, de los cuales el 50% será aportado por el Municipio del Cantón San Pedro de Huaca y el restante 50% por entidades de Gobierno:

TABLA No.58. Estructura de Financiamiento del Proyecto

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
	USD	Porcentaje
INVERSION TOTAL	461.160	100
MUNICIPIO DE HUACA	230.580	50
APORTE GOBIERNO	230.580	50

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

TABLA No.59. Vehículo Mini Van

VEHÍCULO: MINI VAN RECORRIDO TURISTICO (7 PASAJEROS)			
PERIODO	VALOR	Depreciación	Saldo
AÑOS	USD	20%	Libros
2.012	14.890	2.978,00	11.912,00
2.013	11.912,00	2.978,00	8.934,00
2.014	8.934,00	2.978,00	5.956,00
2.015	5.956,00	2.978,00	2.978,00
2.016	2.978,00	2.978,00	-

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.60. Obra Civil

OBRA CIVIL			
PERIODO	VALOR	Depreciación	Saldo
AÑOS	USD	5%	Libros
2.012	300.000,00	15.000,00	285.000,00
2.013	285.000,00	15.000,00	270.000,00
2.014	270.000,00	15.000,00	255.000,00
2.015	255.000,00	15.000,00	240.000,00
2.016	240.000,00	15.000,00	225.000,00
2.017	225.000,00	15.000,00	210.000,00
2.018	210.000,00	15.000,00	195.000,00
2.019	195.000,00	15.000,00	180.000,00
2.020	180.000,00	15.000,00	165.000,00
2.021	165.000,00	15.000,00	150.000
2.022	150.000,00	15.000,00	135.000
2.023	135.000,00	15.000,00	120.000
2.024	120.000,00	15.000,00	105.000
2.025	105.000,00	15.000,00	90.000
2.026	90.000,00	15.000,00	75.000
2.027	75.000,00	15.000,00	60.000
2.028	60.000,00	15.000,00	45.000
2.029	45.000,00	15.000,00	30.000
2.030	30.000,00	15.000,00	15.000
2.031	15.000,00	15.000,00	-

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.61. Muebles y equipos de Hostería

MUEBLES Y EQUIPOS DE HOSTERIA			
PERIODO	VALOR	Depreciación	Saldo
AÑOS	USD	10%	Libros
2.012	49.530,00	4.953,00	44.577,00
2.013	44.577,00	4.953,00	39.624,00
2.014	39.624,00	4.953,00	34.671,00
2.015	34.671,00	4.953,00	29.718,00
2.016	29.718,00	4.953,00	24.765,00
2.017	24.765,00	4.953,00	19.812,00
2.018	19.812,00	4.953,00	14.859,00
2.019	14.859,00	4.953,00	9.906,00
2.020	9.906,00	4.953,00	4.953,00
2.021	4.953,00	4.953,00	-

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.62. Amortización Acumulada Gastos de Constitución

AMORTIZACION ACUMULADA GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
PERIODO	VALOR	Depreciación	Saldo
AÑOS	USD	20%	Libros
2012	2.500,00	500,00	2.000,00
2013	2.000,00	500,00	1.500,00
2014	1.500,00	500,00	1.000,00
2015	1.000,00	500,00	500,00
2016	500,00	500,00	-

ELABORADO POR: LOS AUTORES

CONSOLIDADO DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

TABLA No.63. Depreciación y Amortización Acumulada 2012-2016

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIÓN ACUMULADAS					
	2012	2013	2014	2015	2016
OBRA CIVIL	15.000,00	15.000,0 0	15.000,0 0	15.000,0 0	15.000,0 0
MINI VAN RECORRIDO TURISTICO (7 PASAJEROS)	2.978,00	2.978,00	2.978,00	2.978,00	2.978,00
MUEBLES Y EQUIPOS DE HOSTERIA	4.953,00	4.953,00	4.953,00	4.953,00	4.953,00
Amortización Gastos de Constitución	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
TOTAL (DEPRECIACIONES+AMORTIZACION)	23.431,00	23.431,0 0	23.431,0 0	23.431,0 0	23.431,0 0

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.63.1. Depreciación y Amortización Acumulada 2017-2021

DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIÓN ACUMULADAS					
	2017	2018	2019	2020	2021
OBRA CIVIL	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
MINI VAN RECORRIDO TURISTICO (7 PASAJEROS)	-	-	-	-	-
MUEBLES Y EQUIPOS DE HOSTERIA	4.953	4.953	4.953	4.953	4.953
TOTAL (DEPRECIACIONES+AMORTIZACION)	19.953	19.953	19.953	19.953	19.953

ELABORADO POR: LOS AUTORES

COSTOS

COSTOS FIJOS

TABLA No.64. Costos Fijos 2012-2016

COSTOS FIJOS					
Detalle	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
Nómina empleados	129.444,32	129.444,32	129.444,32	129.444,32	129.444,32
		-	-	-	-
Depreciación y Amortización Activos	23.431,00	23.431,00	23.431,00	23.431,00	23.431,00
Amortización Crédito Bancario	-	-	-	-	-
TOTAL	152.875	152.875	152.875	152.875	152.875

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.64.1. Costos Fijos 2017-2021

COSTOS FIJOS					
Detalle	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021
Nómina empleados	129.444,32	129.444,32	129.444,32	129.444,32	129.444,32
	-	-	-	-	-
Depreciación y Amortización Activos	19.953,00	19.953,00	19.953,00	19.953,00	19.953,00
TOTAL	149.397	149.397	149.397	149.397	149.397

ELABORADO POR: LOS AUTORES

COSTOS VARIABLES

TABLA No.65. Costos Variables 2012-2016

COSTOS VARIABLES					
Detalle	2.012	2.013	2.014	2.015	2.016
Servicios Básicos	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290
Artículos de Limpieza	1.932	1.932	1.932	1.932	1.932
Publicidad	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200
Costo Alimentación Huéspedes	42.142	42.142	42.142	42.142	42.142
Materiales de Oficina	600	600	600	600	600
Mantenimiento Muebles y Equipos Hostería	495	495	495	495	495
Gasto Combustible y Mantenimiento Mini Van	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440
Gastos Varios	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
TOTAL	56.300	56.300	56.300	56.300	56.300

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.65.1. Costos Variables 2017-2021

COSTOS VARIABLES					
Detalle	2.017	2.018	2.019	2.020	2.021
Servicios Básicos	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290
Artículos de Limpieza	1.932	1.932	1.932	1.932	1.932
Publicidad y Propaganda	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200
Costo Alimentación Huéspedes	42.142	42.142	42.142	42.142	42.142
Materiales de Oficina	600	600	600	600	600
Mantenimiento Muebles y Equipos Hostería	495	495	495	495	495
Gasto Combustible y Mantenimiento Mini Van	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440
Gastos Varios	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
TOTAL	56.300	56.300	56.300	56.300	56.300

ELABORADO POR: LOS AUTORES

COSTOS TOTALES

TABLA No.66. Costos Totales 2012-2016

COSTOS TOTALES					
	2012	2013	2014	2015	2016
COSTO FIJO	152.875	152.875	152.875	152.875	152.875
COSTO VARIABLE	56.300	56.300	56.300	56.300	56.300
COSTO TOTAL	209.175	209.175	209.175	209.175	209.175

TABLA No.66.1. Costos Totales 2017-2021

COSTOS TOTALES					
	2017	2018	2019	2020	2021
COSTO FIJO	152.875	152.875	152.875	152.875	152.875
COSTO VARIABLE	56.300	56.300	56.300	56.300	56.300
COSTO TOTAL	209.175	209.175	209.175	209.175	209.175

PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio en una empresa es igual al nivel de ventas que ésta deba realizar para no obtener ni pérdidas ni ganancias. En el nivel de punto de equilibrio las ventas de la empresa solo alcanzan a cubrir los costos totales con cero pérdidas y cero Utilidad.

PUNTO DE EQUILIBRIO PARA EL PRIMER AÑO

$$\text{EL punto de equilibrio sucede cuando: } = \frac{\text{CF}}{1 - \frac{\text{CV}}{\text{Ventas}}}$$

DONDE:

CF = Costo Fijo: \$ 152.875

CV = Costo Variable: \$ 56.300

Ventas = \$ 396.639

$$\begin{aligned}
 & \frac{152.875}{56.300} = \frac{152.875}{0,8581} = \frac{152.875}{1-0,1419} = 178.155 \\
 & \frac{152.875}{396.639} = \frac{152.875}{0,8581} = \frac{152.875}{1-0,1419} = 178.155
 \end{aligned}$$

El proyecto encuentra su punto de equilibrio es decir, el valor en donde no se gana pero tampoco se pierde:

PUNTO DE EQUILIBRIO ANUAL = \$ 178.155

PUNTO DE EQUILIBRIO MENSUAL = \$ 14.846

ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

El Balance Resultados se ha proyectado a 10 años, donde se ha obtenido ganancias para todo el periodo analizado, para el año 2012 la Utilidad del Ejercicio fue de \$ 119.508 USD, como se aprecia a continuación:

TABLA No.67. PROYECCIÓN BALANCE RESULTADOS

PERIODO: 2012-2016

	2012	2013	2014	2015	2016
TOTAL INGRESOS					
VENTAS NETAS	396.639	396.639	396.639	396.639	396.639
(-) COSTO VENTA					
Costo Alimentación Huéspedes	42.142	42.142	42.142	42.142	42.142
Mano de Obra Directa	101.494	101.494	101.494	101.494	101.494
Mantenimiento Muebles y Equipos Hostería	495	495	495	495	495
Artículos de Limpieza	1.932	1.932	1.932	1.932	1.932
TOTAL GASTOS VENTAS	146.064	146.064	146.064	146.064	146.064
UTILIDAD BRUTA	250.575	250.575	250.575	250.575	250.575
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS					
Mano Obra Indirecta y Sueldo Personal Administrativo	27.950	27.950	27.950	27.950	27.950
Publicidad	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200
Depreciación y Amortización Activos	23.431	23.431	23.431	23.431	23.431
Arriendo Oficina	-	-	-	-	-
Servicios Básicos	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290
Artículos de Oficina	600	600	600	600	600
Gasto Combustible y Mantenimiento Mini Van	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440
Gastos Varios	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	63.111	63.111	63.111	63.111	63.111
UTILIDAD OPERACIONAL	187.464	187.464	187.464	187.464	187.464

(-)GASTOS FINANCIEROS					
Interés Bancario	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	187.464	187.464	187.464	187.464	187.464
15% PART. TRABAJADORES	28.120	28.120	28.120	28.120	28.120
UTILIDAD ANTES IMP. RENTA	159.344	159.344	159.344	159.344	159.344
25 % IMPUESTO A LA RENTA	39.836	39.836	39.836	39.836	39.836
UTILIDAD DEL EJERCICIO	119.508	119.508	119.508	119.508	119.508

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

TABLA No.67.1. PROYECCIÓN BALANCE RESULTADOS PERIODO: 2017-2021

	2017	2018	2019	2020	2021
TOTAL INGRESOS					
VENTAS NETAS	396.639	396.639	396.639	396.639	396.639
(-) COSTO VENTAS					
Costo Alimentación Huéspedes	42.142	42.142	42.142	42.142	42.142
Mano de Obra Directa	101.494	101.494	101.494	101.494	101.494
Mantenimiento Muebles y Equipos Hostería	495	495	495	495	495
Artículos de Limpieza	1.932	1.932	1.932	1.932	1.932
TOTAL GASTOS VENTAS	146.064	146.064	146.064	146.064	146.064
UTILIDAD BRUTA	250.575	250.575	250.575	250.575	250.575
(-) GASTOS					

ADMINISTRATIVOS Y VENTAS					
Mano Obra Indirecta y Sueldo Personal Administrativo	27.950	27.950	27.950	27.950	27.950
Publicidad	7.200	7.200	7.200	7.200	7.200
Depreciación y Amortización Activos	19.953	19.953	19.953	19.953	19.953
Servicios Básicos	1.290	1.290	1.290	1.290	1.290
Artículos de Oficina	600	600	600	600	600
Gasto Combustible y Mantenimiento Mini Van	1.440	1.440	1.440	1.440	1.440
Gastos Varios	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	59.633	59.633	59.633	59.633	59.633
UTILIDAD OPERACIONAL	190.942	190.942	190.942	190.942	190.942
(-)GASTOS FINANCIEROS					
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	190.942	190.942	190.942	190.942	190.942
15% PART. TRABAJADORES	28.641	28.641	28.641	28.641	28.641
UTILIDAD ANTES IMP. RENTA	162.301	162.301	162.301	162.301	162.301
25 % IMPUESTO A LA RENTA	40.575	40.575	40.575	40.575	40.575
UTILIDAD DEL EJERCICIO	121.725	121.725	121.725	121.725	121.725

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja para el proyecto se realizó para un periodo de 10 años, en los cuales su saldo fue positivo, por lo que los inversionistas de este proyecto no requerirán realizar nuevas aportaciones de capital y prueba además su sustentabilidad en el tiempo, como se aprecia en los siguientes cuadros:

TABLA No.68. Flujo de Caja 2012-2016

FLUJO DE CAJA						
DETALLE	0	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas		396.639	396.639	396.639	396.639	396.639
(-) Costo Ventas		146.064	146.064	146.064	146.064	146.064
Utilidad Bruta		250.575	250.575	250.575	250.575	250.575
(-) Gastos Administrativos		63.111	63.111	63.111	63.111	63.111
Utilidad Operativa		187.464	187.464	187.464	187.464	187.464
(-) Gastos Financieros		-	-	-	-	-
Utilidad antes Impuesto Renta		187.464	187.464	187.464	187.464	187.464
(-15%) Participación Trabajadores		28.120	28.120	28.120	28.120	28.120
Utilidad antes Impuesto Renta		159.344	159.344	159.344	159.344	159.344
(-25%) Impuesto Renta		39.836	39.836	39.836	39.836	39.836
Utilidad Ejercicio		119.508	119.508	119.508	119.508	119.508
(+) Depreciación y Amortización		23.431	23.431	23.431	23.431	23.431
FLUJO DE CAJA	-461.160	142.939	142.939	142.939	142.939	142.939

TABLA No.68.1. Flujo de Caja 2017-2021

FLUJO DE CAJA					
DETALLE	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	396.639	396.639	396.639	396.639	396.639
(-) Costo Ventas	146.064	146.064	146.064	146.064	146.064

Utilidad Bruta	250.575	250.575	250.575	250.575	250.575
(-) Gastos Administrativos	59.633	59.633	59.633	59.633	59.633
Utilidad Operativa	190.942	190.942	190.942	190.942	190.942
(-) Gastos Financieros	-	-	-	-	-
Utilidad antes Impuesto Renta	190.942	190.942	190.942	190.942	190.942
(-15%) Participación Trabajadores	28.641	28.641	28.641	28.641	28.641
Utilidad antes Impuesto Renta	162.301	162.301	162.301	162.301	162.301
(-25%) Impuesto Renta	40.575	40.575	40.575	40.575	40.575
Utilidad Ejercicio	121.725	121.725	121.725	121.725	121.725
(+) Depreciación y Amortización	19.953	19.953	19.953	19.953	19.953
(+) Valor Salvamento					-
(+) Capital Trabajo					-
FLUJO DE CAJA	141.678	141.678	141.678	141.678	141.678

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO

DETERMINACIÓN DEL TMAR⁷¹

$$\text{TMAR} = r + R + (1 + r + R) * IF$$

Donde:

R: Tasa de Riesgo = Riesgo país: 7.9% (11marzo2012)

⁷¹ SALAZAR CANELOS Ramiro, Formulación y, Evaluación de un Plan de Negocios, Quito, Edit. Universidad Internacional del Ecuador, 2005,p.150,

r: Tasa Pasiva = 4.53% (31 mayo 2012)

IF: Inflación = 5.41% (al 31 diciembre 2011)

$$\text{TMAR} = 4.53 + 7.90 + (1 + 0.453 + 0.079) * 5.41$$

$$\text{TMAR} = 12.43 + (1.532) * 5.41$$

$$\text{TMAR} = 12.43 + 8.29$$

$$\text{TMAR} = 20.72\%$$

DETERMINACIÓN DEL VALOR ACTUAL NETO

TABLA No.69. VAN

TABLA No.69. VAN

VAN DEL PROYECTO			
REF	TASA	20,72%	FLUJO VALOR
	INV INICIAL		PRESENTE
	461.160		
1	2012	142.939	118.406
2	2013	142.939	98.083
3	2014	142.939	81.248
4	2015	142.939	67.303
5	2016	142.939	55.751
6	2017	141.678	45.775
7	2018	141.678	37.918
8	2019	141.678	31.410
9	2020	141.678	26.019
10	2021	141.678	21.553
TOTAL			583.467
VAN			122.307

CONCLUSIÓN DEL VAN

Como resultado del estudio en el presente caso, se obtiene un VAN POSITIVO, se interpreta que el proyecto resulta rentable, tomando en consideración el TMAR del **20.72 %**. Además el proyecto generaría a **valor presente de \$ 122.307 USD** para un período de 10 años.

PERIODO RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

El Tiempo de repago es uno de los modelos más sencillos para la toma de decisiones de presupuestación de capital, es el método de tiempo de repago y permite determinar el tiempo en que se recuperaría la inversión a un valor presente.

TABLA No.70. PRI

REF	AÑOS	FLUJO CAJA	VALOR ACUMULADO
		VALOR PRESENTE	
1	2012	118.406	118.406
2	2013	98.083	216.488
3	2014	81.248	297.737
4	2015	67.303	365.040
5	2016	55.751	420.791
6	2017	45.775	466.566
7	2018	37.918	504.484
8	2019	31.410	535.894
9	2020	26.019	561.913
10	2021	21.553	583.467

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

CONCLUSIÓN DEL MÉTODO DE REPAGO

Se ha realizado sumatorias sucesivas año tras año, realizada esta operación en Excel, se determina que se requiere de 6 AÑOS para cubrir los gastos de inversión del proyecto.

TASA INTERNA DE RETORNO. (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) es la tasa de retorno estimada para un proyecto propuesto, dado sus flujos incrementales de efectivo. Al igual del método VAN, el TIR considera todos los flujos de efectivo para un proyecto y se ajusta al valor del dinero. Sin embargo los resultados del TIR, se expresan en porcentajes y no como una cantidad de dinero (dólares).

TIR PARA EL PROYECTO

TABLA No.71. TIR

TIR DEL PROYECTO			
	TASA TIR		FLUJO VALOR PRESENTE
REF	INV INICIAL	461.160	
1	2012	142.939	111.332
2	2013	142.939	86.714
3	2014	142.939	67.539
4	2015	142.939	52.605
5	2016	142.939	40.973
6	2017	141.678	31.631
7	2018	141.678	24.637
8	2019	141.678	19.189
9	2020	141.678	14.946
10	2021	141.678	11.641
SUMA			461.207
RESIDUO			48

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

CONCLUSIÓN DE LA TIR.

La TIR para este proyecto es del 28.39%, significa que los inversionistas o propietarios tendrán una rentabilidad del 28.39 % sobre la inversión, que es superior al TMAR establecido en 20.76%. Por lo que se demuestra la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

ANÁLISIS BENEFICIO/ COSTO

Para establecer la relación del costo beneficio, se toma la proyección del flujo

Σ FE Neto

Relación Beneficio/ Costo = -----

Utilidad Bruta

RESULTADO BENEFICIO/ COSTO

El resultado señala un rendimiento de 1.15 dólares por cada dólar invertido por los inversionistas en el proyecto en un horizonte de 10 años, lo que demuestra la rentabilidad del proyecto.

TABLA No.72. Costo/Beneficio

REF	TASA		VALOR
	INV INICIAL		TOTAL
1	2010	155.905	
2	2011	155.905	
3	2012	155.905	
4	2013	155.905	
5	2014	155.905	
6	2015	154.644	
7	2016	154.644	
8	2017	154.644	
9	2018	154.644	
10	2019	154.644	
SUMA			1.552.745
UTILIDD BRUTA			1.354.566
COSTO/BENEFICIO			1,15

FUENTE: VARIAS

ELABORADO POR: LOS AUTORES

5.11. EVALUACIÓN AMBIENTAL

5.11.1. IMPACTOS POSITIVOS

1.- Los posibles impactos positivos, es que a través de los desechos orgánicos producidos en elaboración de los platos puedan ser utilizados para la elaboración de compost.

2.- La utilización de energía solar para el calentamiento de agua, utilizada en las duchas de la hostería.

5.11.2. IMPACTOS NEGATIVOS

El proyecto no genera impactos negativos, por no tratarse de industria del “tipo chimena”, no produce hollín u otra polución a la atmosfera, tampoco genera carga de residuos a las fuentes de agua.

5.11.3. PLAN DE MITIGACIÓN

A no existir impactos al medio ambiente directo, el proyecto no contempla ningún plan de mitigación.

5.12. RESUMEN DE INVERSIONES DE LOS PROYECTOS

La implementación de los dos proyectos suman la cantidad de \$500.660 USD, de los cuales \$461.160 USD son para crear la infraestructura y representa el 92% del total del valor y \$39.500 para la capacitación y talleres con el restante 8%.

TABLA No.73. Inversión Total dos Proyectos

INVERSIÓN TOTAL				
PROYECTOS	FINANCIAMIENTO		TOTAL	PORCENTAJE
	EXTERNO	INTERNO		
Capacitación- Talleres	25.800	13.700	39.500	8 %
Infraestructura Turística	230.580	230.580	461.160	92%
SUMAN	256.380	244.280	500.660	100%

FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

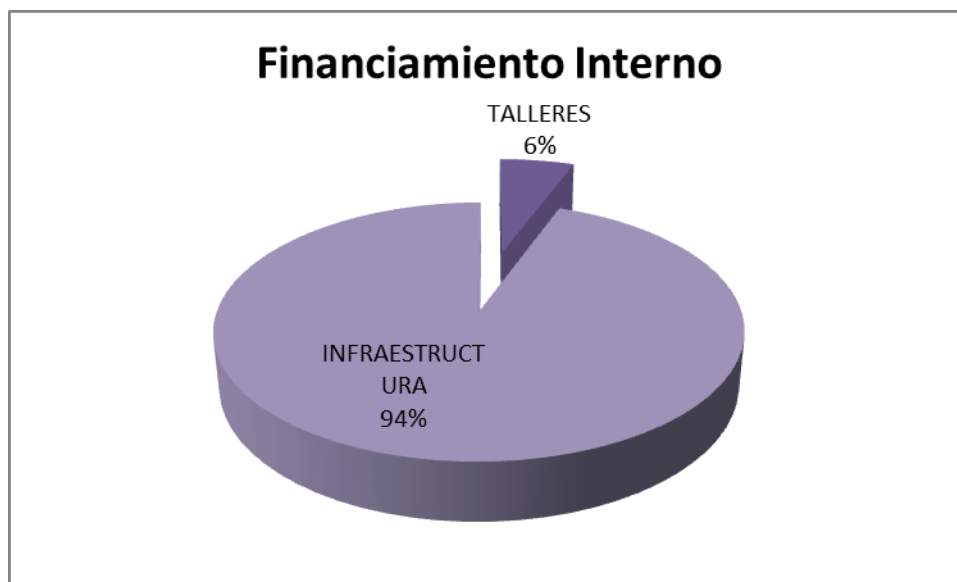
GRÁFICO No.9. Financiamiento Externo



FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

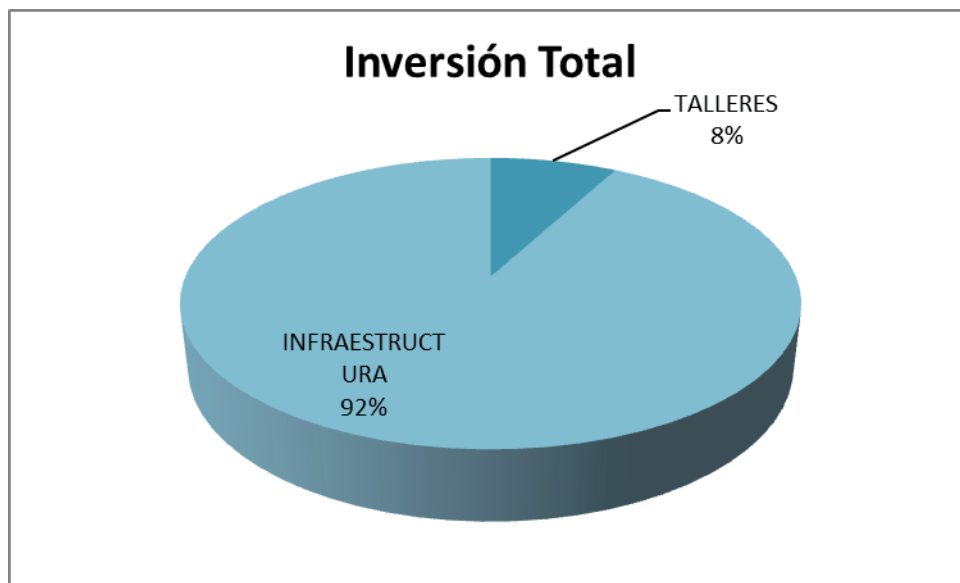
GRÁFICO No.10. Financiamiento Interno



FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

GRÁFICO No.11. Inversión Total



FUENTE: INVESTIGACIÓN PROPIA

ELABORADO POR: LOS AUTORES

CAPITULO V

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

HIPÓTESIS ESPECÍFICA No.1

Con el conocimiento de la situación del turismo en el Cantón San Pedro de Huaca podremos identificar sus principales debilidades y amenazas, así como también sus fortalezas y oportunidades.

CONCLUSIONES EN RELACIÓN CON LA HIPÓTESIS

Las principales fortalezas con las que cuenta el Cantón San Pedro de Huaca, Provincia de Carchi son:

A) Contar con platos típicos con identidad propia; b) Su población es amigable y cordial, c) Cuenta con ferias, eventos culturales, durante el año, d) Existe atractivos turísticos.

Las principales oportunidades son:

a) Las autoridades del Cantón San Pedro de Huaca, están dispuestas a promocionar sus recursos naturales, gastronómicos, b) El gobierno nacional a través del Ministerio de Turismo apoya el desarrollo local para capacitación y fortalecimiento de los recursos turísticos; c) Existe en el pueblo una conciencia por rescatar sus raíces culturales y naturales y gastronómicas; d) Integrarse a campañas publicitarias del gobierno para fomentar el turismo nacional como la visita a nuevos destinos turísticos.

Las principales debilidades son:

No existe una presencia significativa de turistas en la zona; b) No se ha contado con un levantamiento catastral sobre sus atractivos turísticos; c) Los locales donde se expenden sus platos

típicos, no son visualmente agradables y tampoco higiénicos; d) No dispone de una buena infraestructura hotelera, que permita el alojamiento de turistas.

Principales amenazas son:

Promociones turísticas en otros cantones; b) Falta de recursos económicos por parte del Municipio de Huaca, para impulsar una ruta turística

HIPÓTESIS ESPECÍFICA No.2

Estimar el mercado turístico del sector permitirá incrementar la afluencia turística hacia la ruta y por ende ubicar a la zona como uno de los principales destinos turísticos.

CONCLUSIONES EN RELACIÓN CON LA HIPÓTESIS.

Se determinó en el estudio, que en la Provincia del Carchi, para 2012 se espera la llegada de 26.461 turistas, mientras que para el Cantón San Pedro de Huaca contaría con 1.217 turistas para el año 2012 y de mantenerse esta tendencia para 2019 serán 1.955 turistas.

Los turistas tienen como perfil que vista la Región Sierra Norte en la Provincia del Carchi, se concluye que:

Entre los turistas extranjeros que visitan la región norte de Ecuador, se encuentran jóvenes de 18 a 25 años y adultos de 42 a 50 años; de nacionalidad europea y norteamericana; existe equidad de género y poseen un gasto promedio diario de \$50 USD

Los viajeros tienen un nivel de educación universitaria y profesionales con postgrado, ingresos monetarios mensuales entre 1500 – 3000 dólares y 7500 dólares en aumento, lo cual se puede concluir que es un turistas con un poder adquisitivo alto y por lo tanto exigente, que busca comodidad un servicio turístico que cuente con una infraestructura hotelera, restaurantes y de transporte que le resulte cómoda.

En cuanto al Turista Nacional, se caracteriza:

En su mayoría los viajeros son jóvenes entre 18 y 29 años seguidos de otro grupo de 30 a 40 años, los que presentan ingresos mensuales promedio de \$500 y \$1.000 dólares. En un 50% con nivel

educativo universitario, prácticamente se tiene por igual visitantes mujeres como hombres. Su poder de gasto se encuentra entre los 30 dólares promedio por día y por persona.

Los visitantes en su mayoría son de Quito, que viajan en grupos organizados o en compañía de su familia, vacaciones de 5 días promedio y van hacia lugares que ofrecen naturaleza y vida silvestre.

Por lo que se puede concluir que el promedio de gasto diario de los turistas extranjeros es de \$50 y de los nacionales de \$30; ambos grupos se los puede reclutar en la ciudad de Quito; gustan ir en grupos de amigos y/o familiares; con un promedio de visita para visitar máximo de 5 días; finalmente tienen en común que gustan de la naturaleza y vida silvestre, por lo que los atractivos con los que cuenta Huaca son de mucho interés para ambos grupo.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA No.3

La propuesta de la ruta turística en el cantón San Pedro de Huaca logrará incrementar y fortalecer la situación económica, cultural, social y ambiental del sector.

CONCLUSIONES EN RELACIÓN CON LA HIPÓTESIS

La propuesta para crear una ruta turística para el Cantón San Pedro de Huaca, se sustenta en:

1.- CAPACITACIÓN

Capacitar a la comunidad de Huaca para potencializar las diferentes formas de activar la producción por medio de:

1.- Desarrollar talleres de capacitación en comercialización y servicio al cliente.

2.- Realizar talleres de capacitación en alojamiento, gastronomía y transporte.

3.- Desarrollar talleres de capacitación de guías lugareños de Huaca.

3.1.- Concientizar en la población la importancia del turismo y el rescate de su identidad.

3.2.- Realizar recuperación de fiestas tradicionales del Cantón San Pedro de Huaca

Impactos esperados

- 1.- Mejorar la calidad de vida de la población de los habitantes del Cantón San Pedro de Huaca.
- 2.- Impulsar en la población la actividad turística comunitaria como una alternativa productiva generadora de ingresos y fuente de empleo.
- 3.- Consagrar la calidez de la gente, costumbres y manifestaciones culturales, como carta de presentación para atraer turistas nacionales y extranjeros al Cantón.
- 4.- Manejo adecuado y técnico de los atractivos naturales con los que cuenta el Cantón San Pedro de Huaca a través de la capacitación de los pobladores ya que el entorno es el eje de la actividad turística comunitaria.

2.- FORTALECIMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

Como se determinó en la investigación el Cantón Huaca no cuenta con una infraestructura para el desarrollo de actividades turísticas, por lo que la implantación de una hostería que cuente con un restaurante y se adquiriera una Mini Van para transportar a los turistas fortalecerá esta actividad.

2.1.- CONSTRUCCIÓN DE UNA HOSTERIA

Los resultados esperados es contar con una hostería que permita la estadía tanto de los turistas nacionales como internacionales en el sector de Huaca, quienes no se quedan actualmente a disfrutar de las bellezas naturales del sector, como de su gastronomía ni de sus fiestas por la falta de alojamiento como también por no disponer de un restaurante que brinde un servicio de primera calidad y cuente con registros sanitarios. Al crear esta infraestructura consideramos que será un motivante para que los turistas se queden en la localidad.

2.2.- IMPLEMENTACIÓN DE UN RESTAURANTE

2.3.- COMPRA DE MINI VAN, PARA REALIZAR RUTAS TURISTAS EN EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA

- Estos proyectos requieren de una inversión de \$461.160 USD, su forma de financiamiento sería 50% por el Municipio de Huaca y el restante 50% a través del Gobierno Nacional.
- Los ingresos que se generaría para el primer año es de \$396.639 USD, con unos costos totales de \$209.175 USD.
- Mientras que se obtuvo un punto de equilibrio de \$178.155 USD.
- El flujo de caja para los 10 años analizados, fueron positivos, por lo que las entidades que auspiciarían el proyecto no requerirían realizar otras aportaciones de capital, lo que demuestra su auto sustentabilidad.
- El TMAR para el proyecto es de 20,72%
- El VAN obtenido fue positivo y de \$122.307 USD.
- El TIR fue de 28,39% superior al TMAR de 20,72%; por lo que se demuestra que existe rentabilidad para el proyecto.
- Finalmente el proyecto no genera impactos ambientales negativos; lo que resulta favorable con el medio ambiente.

Por todo lo anteriormente señalado se puede concluir que los tres proyectos son técnica, económica rentable, el cual generaría 16 puestos de trabajo directos e infinidad de puestos de trabajo indirectos relacionados con las actividades turísticas por lo que se mejoraría la calidad de vida de los habitantes del Cantón San Pedro de Huaca.

Finalmente este proyecto de gestión comunitaria permitirá una integral participación ciudadana, como también mejoraría la articulación de organizaciones, gobierno seccional, municipio, que en su conjunto impulsaran la difusión de los atractivos turísticos con los que cuenta este Cantón

CONCLUSIONES EN RELACIÓN CON LOS CAPITULOS OBJETIVOS E HIPÓTESIS

CAPÍTULO I: PLAN DE TESIS

OBJETIVO: Diseñar la metodología científica que de viabilidad técnica a la presente investigación.

HIPÓTESIS: En base al diseño metodológico se identificará los objetivos generales y específicos como la hipótesis que orientan esta investigación

CONCLUSIÓN: Se ha cumplido a cabalidad con la orientación metodológica planteada en el Plan de Tesis lo que ha permitido la terminación de esta investigación.

CAPITULO II: TURISMO GLOBAL Y LOCAL

OBJETIVO: Cuantificar el Turismo en la Parroquia de Huaca

HIPÓTESIS: No existe un desarrollo Turístico local en el Cantón Huaca

CONCLUSIONES: Por falta de iniciativas locales no se ha impulsado en el pasado las actividades de turismo sin embargo se ha demostrado que organizando la comunidad la misma puede apoyar, colaborar y participar proactivamente para el desarrollo sustentable de la parroquia.

CAPITULO III: MARCO TEÓRICO

OBJETIVO: Dar a conocer sobre la actividad turística a nivel internacional, nacional y conocer las características con las que cuenta el Cantón Huaca en geografía, estructura política y otros factores relevantes

HIPÓTESIS: El turismo internacional como nacional se ha incrementado en los últimos años

CONCLUSIONES: Por falta de iniciativas locales no se ha impulsado en el pasado las actividades de turismo sin embargo se ha demostrado que organizando la comunidad la misma puede apoyar, colaborar y participar proactivamente para el desarrollo sustentable de la parroquia

CAPITULO IV: ESTUDIO DE MERCADO

OBJETIVO: Identificar los principales atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón Huaca, como también cuantificar su infraestructura turística

HIPÓTESIS: El Cantón Huaca cuenta con lugares turísticos, que pueden atraer al turista religioso; naturista, ecológico, gastronómico y cultural

CONCLUSIONES: El Cantón Huaca con el levantamiento de su inventario físico puede ahora orientar al turista en diferentes actividades que van de lo religioso, gastronómico, cultural, naturista y ecológico ofreciendo una ruta turística novedosa y atractiva para el turista.

5.2. RECOMENDACIONES

- Propiciar la creación de talleres artesanales especialmente en la rama de la talabartería que es la elaboración de artículos en cuero como son: chompas, billeteras, maletas, llaveros, zapatos, botas, en donde para cada uno de estos artículos se requiere una gran destreza y habilidad manual, por lo que periódicamente se requiere una constante capacitación para alcanzar nivel de alta calidad para que estos artículos tengan reconocimiento nacionales incluso internacionalmente
- Buscar entidades públicas y especial privadas y establecer una agenda de mancomunidad y convenio en turismo, como agencias de viajes, operadores turísticos, para que fomenten el turismo para el Cantón San Pedro de Huaca, en base al reconocimiento de comisiones por los paquetes vendidos.
- Realizar varios paquetes turísticos, orientados al turismo ecológico para que los turistas nacionales como extranjeros vengan a visitar su principal atractivo natural que es la Estación Biológica Guandera que está ubicada en medio del espectacular bosque de

Guandera. Viejos árboles gigantes, torcidos y nudosos, cubiertos de musgos, bromelias y orquídeas a una altitud 3200- 4000 msnm, protege al último remanente de bosque interandino y páramo en la provincia del Carchi para ser disfrutado por biólogos, ornitólogos y en general por los amantes de la naturaleza. Caminando un poco más arriba, uno llega al espectacular páramo de frailejones, tal vez el páramo mayor conservado de todo el país. Para lo cual se elaboraría material publicitario POP (folletos, dípticos, trípticos, tarjetas) y la difusión por medio del Ministerio DE Turismo, para llegar a pautar en los medios públicos como TC, Telerama, periódico el Telégrafo; anuncios publicitarios para que la ciudadanía venga a conocer un rincón de la patria ecuatoriana. Esta estrategia se aplicaría para dar una difusión sobre la oferta gastronómica y artesanal, que se a propuesto desarrollar.

- Solicitar a las autoridades como por ejemplo al Gobierno Provincial del Carchi y al Ministerio de Obras Públicas el mejoramiento de las vías y señalética entre la red vial de la Panamericana y el Cantón San Pedro de Huaca.
- Finalmente recomendar la difusión, promoción de la propuesta ante organismos públicos, ongs involucrados y población en general a través de vías impresas, digitales etc.

RECOMENDACIONES EN RELACIÓN CON LOS CAPITULOS OBJETIVOS E HIPÓTESIS

CAPITULO I: Que la Facultad mantenga un esquema flexible para el cumplimiento de la investigación.

CAPITULO II: Que el Municipio del Cantón Huaca impulse los proyectos presupuestos en este capítulo y se los incorpore al Presupuesto Participativo para el periodo 2012-2013

CAPITULO III: Que se mejore a través de talleres la capacitación de artesanos como también mejorar la higiene y presentación de platos típicos, como se reclute de la población de Huaca a futuros guías turísticos

CAPITULO IV: Que el Municipio del Cantón Huaca en colaboración con el Ministerio de Turismo den a conocer los atractivos naturales, culturales, gastronómicos de este sector de la patria

ANEXOS



GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL MARISCAL SUCRE

Mariscal Sucre – San Pedro de Huaca – Carchi

Oficio N° 166-GADPRMS

Mariscal Sucre, 21 de marzo del 2011

Economista

Marco Posso Zumárraga

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS

Ciudad.-

De nuestras consideraciones:

Reciba un cordial y efusivo saludo de quienes conformamos el Gobierno Parroquial Rural Mariscal Sucre, a la vez augurarle toda clase de éxitos en las funciones que dignamente desempeña.

Mediante la presente le informo que el Gobierno Parroquial se compromete en brindar todo el apoyo necesario a los señores: GABRIEL CHICAIZA VIZCAINO y JAVIER DIAZ COELLO, Egresados de su Facultad, los cuales realizan su Proyecto de Tesis "PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL CANTON SAN PEDRO DE HUACA EN LA PROVINCIA DEL CARCHI" previo a la obtención del título de Economista. Particular que pongo en su conocimiento para los fines pertinentes.

Reiterando, el compromiso de cooperación Interinstitucional en beneficio de nuestra Parroquia y a la vez le hacemos llegar nuestros sentimientos de alta consideración y estima.

Atentamente,

Sr. Andrés Guevara
PRESIDENTE GAD. M.S.

Dirección: Calle. Clodomiro Aguilar y 4 de julio. Tel fax 234003



GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL MARISCAL SUCRE

Registro Oficial Nº 193 de octubre del 2000

Mariscal Sucre, 09 de marzo de 2012

Señores Egresados

Gabriel Patricio Chicaíza Vizcaíno

Washington Javier Díaz Coello

Presente.-

De nuestra consideración.

Por medio de la presente me dirijo a ustedes para informales que una vez analizados los Arboles de Problemas y Objetivos presentados en el taller realizado el Jueves 26 de enero del presente, en la Parroquia Mariscal Sucre han sido validados y aprobados, ya que cumplieron con la mayor expectativa entre los habitantes de nuestra comunidad y contienen los aspectos más relevantes de la situación actual.

Es por eso que certificamos que su tema de Tesis de una Ruta Turística en la Parroquia Mariscal Sucre, ha sido acogido y analizado cumpliendo con mucho énfasis y valoración durante el diseño y culminación de la misma.

Adjunto participantes que validaron y aprobaron dicho taller.

Por la atención que se le dé a la presente les anticipamos nuestros agradecimientos.

Atentamente,

GOBIERNO PARROQUIAL "MARISCAL SUCRE"

RUC: 0460021800001
VICEPRESIDENTE
GADPRMS


PRESIDENTE
GADPRMS


SECRETARIA
GADPRMS

Dirección: Calle. Clodomiro Aguilar y 4 de julio. Tel fax: 06 2 234003



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL
RURAL MARISCAL SUCRE

Registro Oficial Nº 193 de octubre del 2000

REGISTRO DE PERSONA QUE ANALIZARON EL ÁRBOL DE PROBLEMAS Y
OBJETIVOS

Nº	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA DE IDENTIDAD	TELEFONO	FIRMA
1	Doris Freire	040135394-1	085126228	
2	Piedad Mafla	040143535-9	089703742	
3	Guadalupe R. Roldán	100255368-1	080734552	
4	Juan Paillacho	040166807-4	085589252	
5	Luis Parillo	170584190-6	090312962	
6	Carlos Frey	040043638-2	089648861	
7	Carlos A. Guzmán	040108578-7	22341003	
8	Byron Congo	100302239-7	097000523	
9	Algeniro Benavides	040114037-6	081271584	
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				

Dirección: Calle. Clodomiro Aguilar y 4 de julio. Tel fax: 06 2 234003

JEFATURA POLÍTICA DEL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA

COMISARIA NACIONAL DEL CANTON SAN PEDRO DE HUACA

Señores Egresados

**CHICAIZA VIZCAINO GABRIEL PATRICIO
DIAZ COELLO WASHINGTON JAVIER**

Presente.-

Por medio del presente nos permitimos informales que una vez analizado el **TEMA PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL CANTON SAN PEDRO DE HUACA**, ha sido acogido y analizado en estas dependencias, el mismo que va de acorde con las necesidades y requerimientos del Cantón anteriormente indicado.

Adjunto participantes que validaron y aprobaron dicho taller.

San pedro de Huaca, 02.05.2012


Atentamente,



**Sr. Luis Enriquez
COMISARIO NACIONAL**



**Srta. Nelly Guevara
JEFA POLÍTICA**









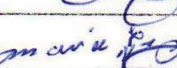

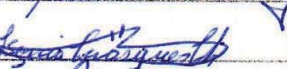
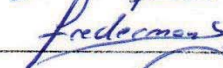





Jefatura Política
del Cantón
San Pedro de Huaca
HUACA - CARCHI

JEFATURA POLÍTICA
Calle: García Moreno y Juan Montalvo
PARQUE CENTRAL
Tel: (06) 2973 - 080



COMISARÍA NACIONAL DEL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA

NOMINA DE PARTICIPANTES

Nº	NOMBRE Y APELLIDO	CEDULA DE IDENTIDAD	TELEFONO	FIRMA
1	JANETH ROSAVAL	040118731-5	088941726	
2	Genny Guín	040163292-2	097723668	
3	Tatiana Delgado	040035393-5	089333394	
4	Segundo Chomorro	040088336-9	069672698	
5	ROBER TATÉS JIMÉNEZ	0400863676	062973722	
6	José Vicente Puelo	040084955-0	046644061	
7	Fernando Rosas	040110571-3	089618842	
8	maria Y. Onelo On.	040025578-8	2973528	
9	Alicia Cuarguer	040415867-0	086741226	
10	Senia Cuarguer	040130339-1	092586734	
11	Frederman Almeida	0400908252	097532219	
12	Inés Laine	040033100-2	2973-629	
13	Guillermo Gacín	040080180-9	2973-629	
14	Hugo Chiracá	0401054309	2973-629	
15	Betty Melo	040108035-3	093677454	
16				
17				
18				
19				
20				

JEFATURA POLÍTICA
Calle: García Moreno y Juan Montalvo
PARQUE CENTRAL
Tel: (06) 2973 - 080





GOBIERNO AUTONOMO DESCENTRALIZADO PARROQUIAL RURAL MARISCAL SUCRE

Mariscal Sucre – San Pedro de Huaca – Carchi

Oficio Nº 465-GADPRMS

Mariscal Sucre, 15 de junio del 2011

ACTA DE ENTREGA – RECEPCION

A los 15 días del mes de Junio del 2012, en la Casa Comunal sede del Gobierno Parroquial Rural Mariscal Sucre, se realiza la entrega de recepción del **“PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA EL CANTON SAN PEDRO DE HUACA EN LA PROVINCIA DEL CARCHI”**. Entre el Sr. Andrés Guevara, en calidad de Presidente del Gobierno Parroquial Rural de Mariscal Sucre, y los Sres. Egresados GABRIEL CHICAIZA VIZCAINO y JAVIER DIAZ COELLO de la Universidad Central del Ecuador Facultad de Economía.

Para que lo puedan utilizar de la mejor manera al servicio de la comunidad de Mariscal Sucre.

Mariscal Sucre, 15 de Junio del 2012.

Atentamente,

Sr. Andrés Guevara
PRESIDENTE GAD. M.S.

Sr. Patricio Chicaiza
Egresado UCE

Sr. Javier Díaz
Egresado UCE

Dirección: Calle. Clodomiro Aguilar y 4 de julio. Tel fax 234003

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO
MUNICIPAL SAN PEDRO DE HUACA
SECRETARIA GENERAL



Huaca, Julio 19 del 2012

A petición verbal de parte interesada, tengo a bien:

C E R T I F I C A R

Que revisadas los archivos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón del Cantón San Pedro de Huaca, consta la petición mediante la cual los señores: GABRIEL PATRICIO CHICAIZA VIZCAÍNO Y WASHINGTON JAVIER DÍAZ COELLO, estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Central del Ecuador, presentaron el Proyecto denominado "PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA EL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA EN LA PROVINCIA DEL CARCHI", Plan que fue desarrollado en el periodo comprendido desde el mes de febrero del año dos mil once hasta el mes de junio del año dos mil doce, trabajo realizado a satisfacción de la municipalidad, ya que es aplicable en todas sus propuestas a la realidad de nuestro cantón.

Es todo cuanto puedo declarar en honor a la verdad, facultando al interesado, hacer uso del presente como estime conveniente.

Atentamente:


RAMIRO PALACIOS REYES
SECRETARIO GENERAL



PLAN OPERATIVO ANUAL

PROGRAMA 1 1.- Fortalecimiento del Talento Humano.

PROYECTO: Talleres de Capacitación Turística.

PROGRAMA 1	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	RESPONSABLES	RESPONSABILIDADES
Actividad 1.- Capacitar a la comunidad de Huaca para potenciar las diferentes formas de activar la producción como la elaboración de artesanías. En base al cuero: chompas, billeteras, botas, zapatos, sombreros,etc	1000	1000	4800	-	-	-	-	-	3200	-	-	-	10000	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autonomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecucion de esta actividad.
Actividad 2.- Desarrollar talleres de capacitación en comercialización y servicio al cliente.	100	100	750	-	-	-	-	-	550	-	-	-	1500	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autonomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecucion de esta actividad.

Actividad 3.- Realizar talleres de capacitación en alojamiento, gastronomía y transporte.	350	500	3000	-	-	-	-	-	2150	-	-	6000	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecución de esta actividad.
Actividad 4.- Desarrollar talleres de capacitación de guías lugareños de Huaca.	350	500	3000	-	-	-	-	-	2150	-	-	6000	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecución de esta actividad.
Actividad 5.- Concientizar en la población la importancia del turismo y el rescate de su identidad.	100	250	1500	-	-	-	-	-	1150	-	-	3000	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecución de esta actividad.

PROGRAMA 2

2.- Desarrollo Capacidades Físicas.

PROYECTO: Fortalecimiento de la Infraestructura Turística.

PROGRAMA 2	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL	FUENTES DE FINANCIAMIENTO	RESPONSABLES	RESPONSABILIDADES
Actividad 1.- Compra de terreno en el Cantón San Pedro de Huaca para la edificación de la Hostería	200	500	24300	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25000	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autonomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecucion de esta actividad.
Actividad 2.- Construcción Hostería	5000	15000	2E+05	-	-	-	-	-	80000	-	-	-	300000	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autonomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecucion de esta actividad.

Actividad 3.- Adquisición Muebles y Equipos Hostería	2000	5000	25000	-	-	-	-	-	-	17530	-	-	49530	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autonomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecucion de esta actividad.
Actividad 4.- Adquisición Transporte Mini Van	300	500	7500	-	-	-	-	-	-	6590	-	-	14890	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autonomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecucion de esta actividad.
Actividad 5.- Efectuar la construcción de una unidad de vigilancia	500	1000	8000	-	-	-	-	-	-	6500	-	-	16000	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autonomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecucion de esta actividad.

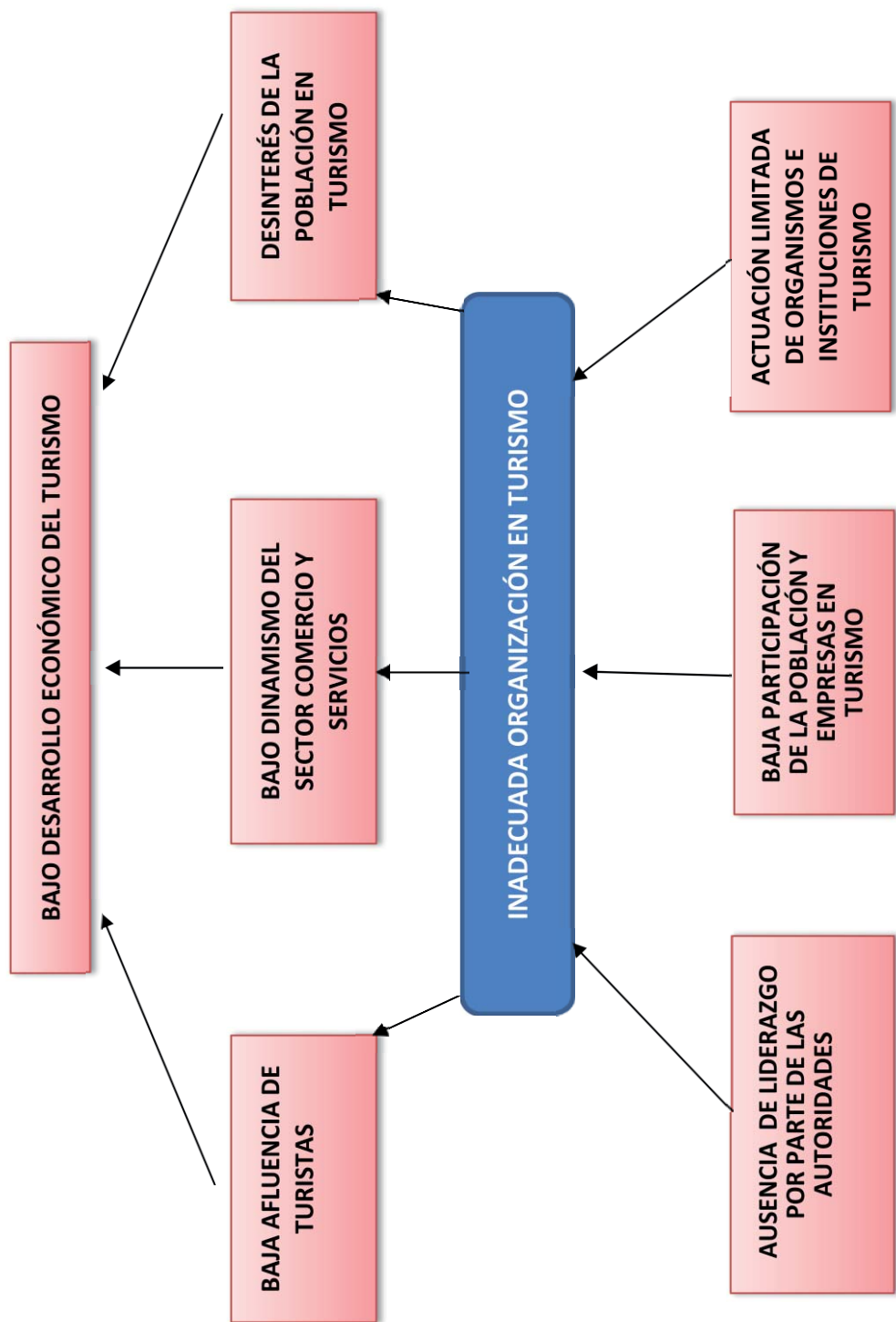
Actividad 6.- Realizar los Gastos de Constitución.	2500	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2500	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autonomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecucion de esta actividad.
Actividad 7.- Disponer de un Capital de Trabajo para el inicio de Actividades	31950	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31950	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autonomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecucion de esta actividad.
Actividad 8.- Provisionar el 5% para imprevistos para el proyecto	21290	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21290	ONGs, Programa de Desarrollo Rural del Norte, Cooperación Belga, Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca, Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre, Gobierno Autonomo Descentralizado Provincial del Carchi, MinTur, Senplades.	Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal San Pedro de Huaca (Sr. Wilman Vaca), Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre (Sr. Andres Guevara).	Hacer los tramites pertinentes para la ejecucion de esta actividad.
Total	63740	22000	3E+05	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	461160			

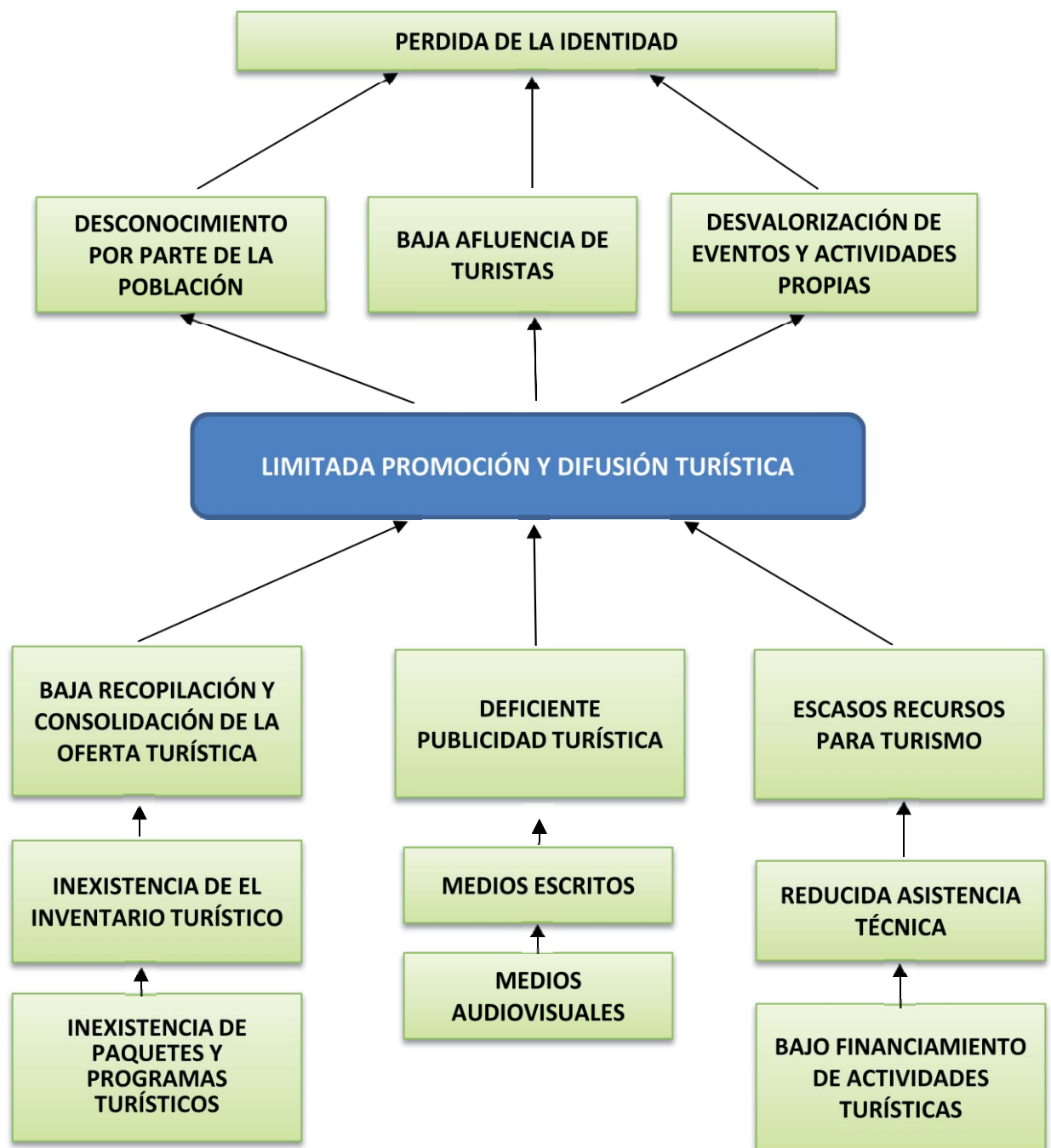
Totales	67140	26850	3E+05	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	500660			
---------	-------	-------	-------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	--------	--	--	--

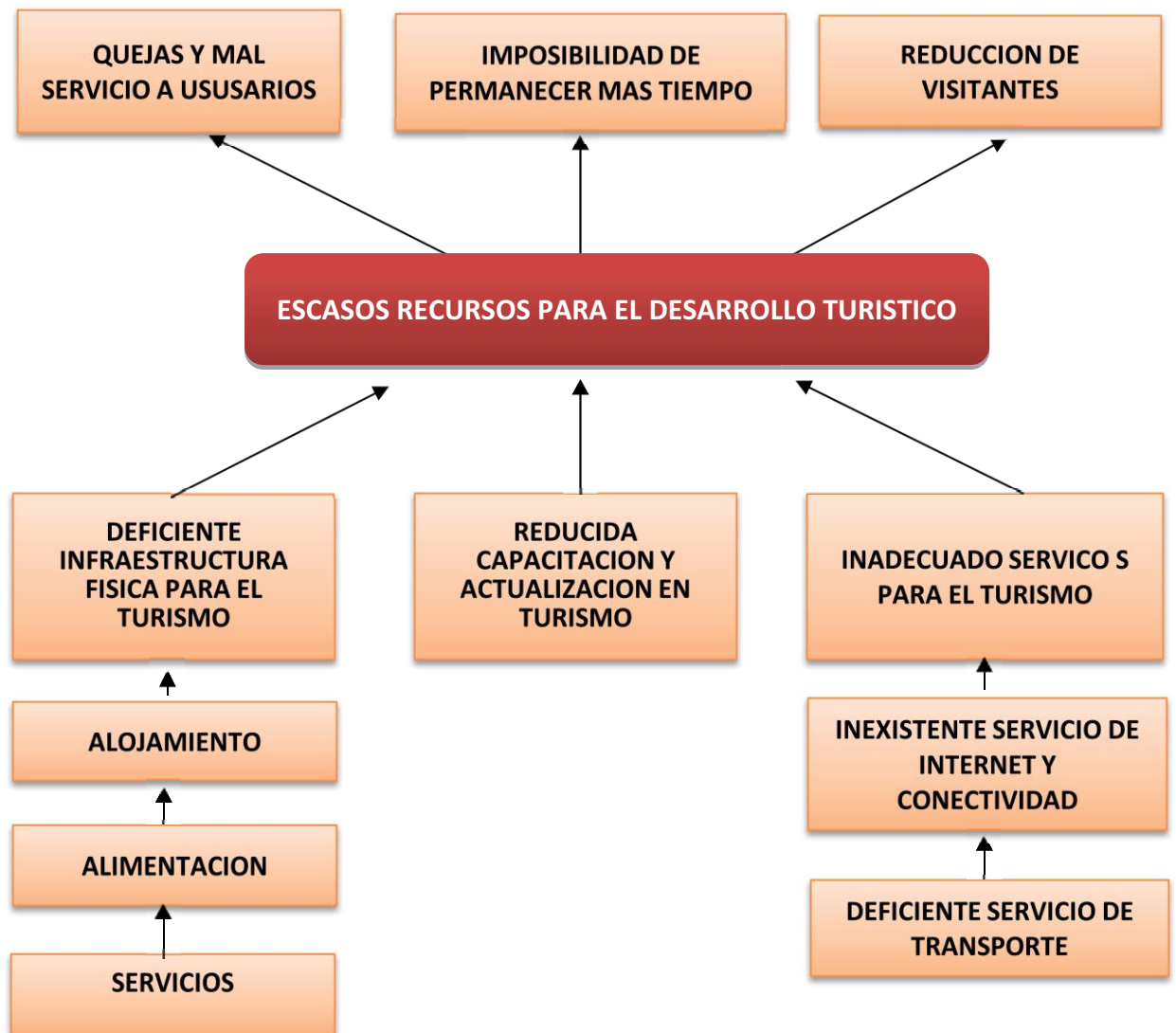
TABLA DE PRESUPUESTOS			
	Presupuesto Total	Presupuesto Turismo e Infraestructura	% Participación
Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal de San Pedro de Huaca	1.238.720	160.000	12,92
Gobierno Autonomo Descentralizado Parroquial Mariscal Sucre.	115.000	60.000	52,17
Gobierno Autonomo Descentralizado Provincial del Carchi	30.468.372,40	200.000	0,66
ONGs (PDRN) PROYECTO COOPERACION 370.000 /ACTIVIDAD PDRN	370.000	85.000	22,97

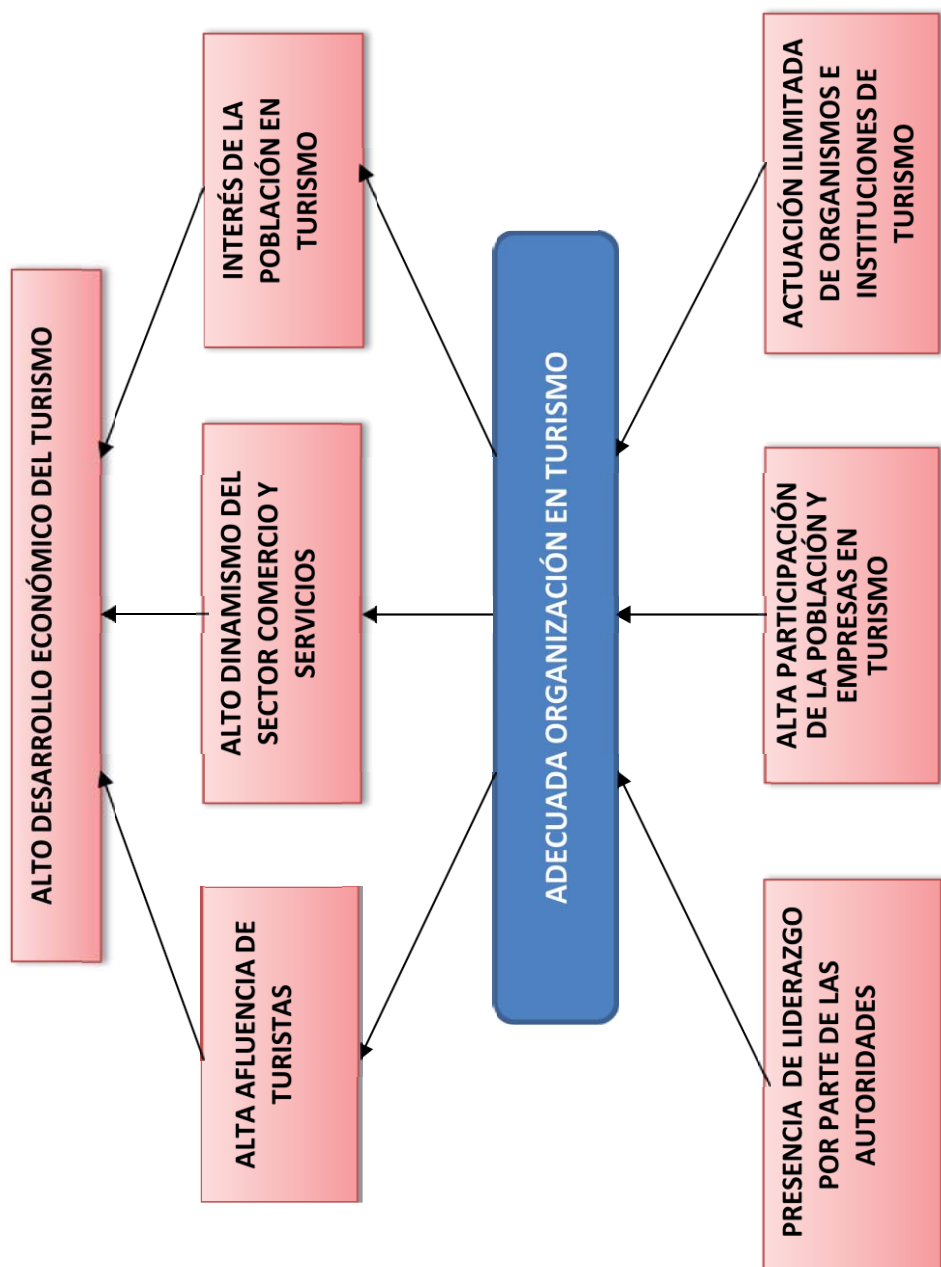
	OBJETIVO	HIPÓTESIS	CONCLUSIÓN	RECOMENDACIÓN
CAPITULO I				
PLAN DE TESIS	Diseñar la metodología científica que de viabilidad técnica a la presente investigación	En base al diseño metodológico se identificará los objetivos general y específicos como la hipótesis que orientan esta investigación	Se ha cumplido a cabalidad con la orientación metodológica planteada en el Plan de Tesis lo que ha permitido la terminación de esta investigación	Que la Facultad mantenga un esquema flexible para el cumplimiento de la investigación
CAPITULO II				
TURISMO GLOBAL Y LOCAL	Cuantificar el Turismo en el Cantón San Pedro de Huaca	No existe un desarrollo Turístico local en el Cantón San Pedro de Huaca	Por falta de iniciativas locales no se ha impulsado en el pasado las actividades de turismo sin embargo se ha demostrado que organizando la comunidad la misma puede apoyar, colaborar y participar proactivamente para el desarrollo sustentable de la parroquia	Que el Municipio del Cantón San Pedro de Huaca impulse los proyectos propuestos en este capítulo y se los incorpore al Presupuesto Participativo para el periodo 2012-2013

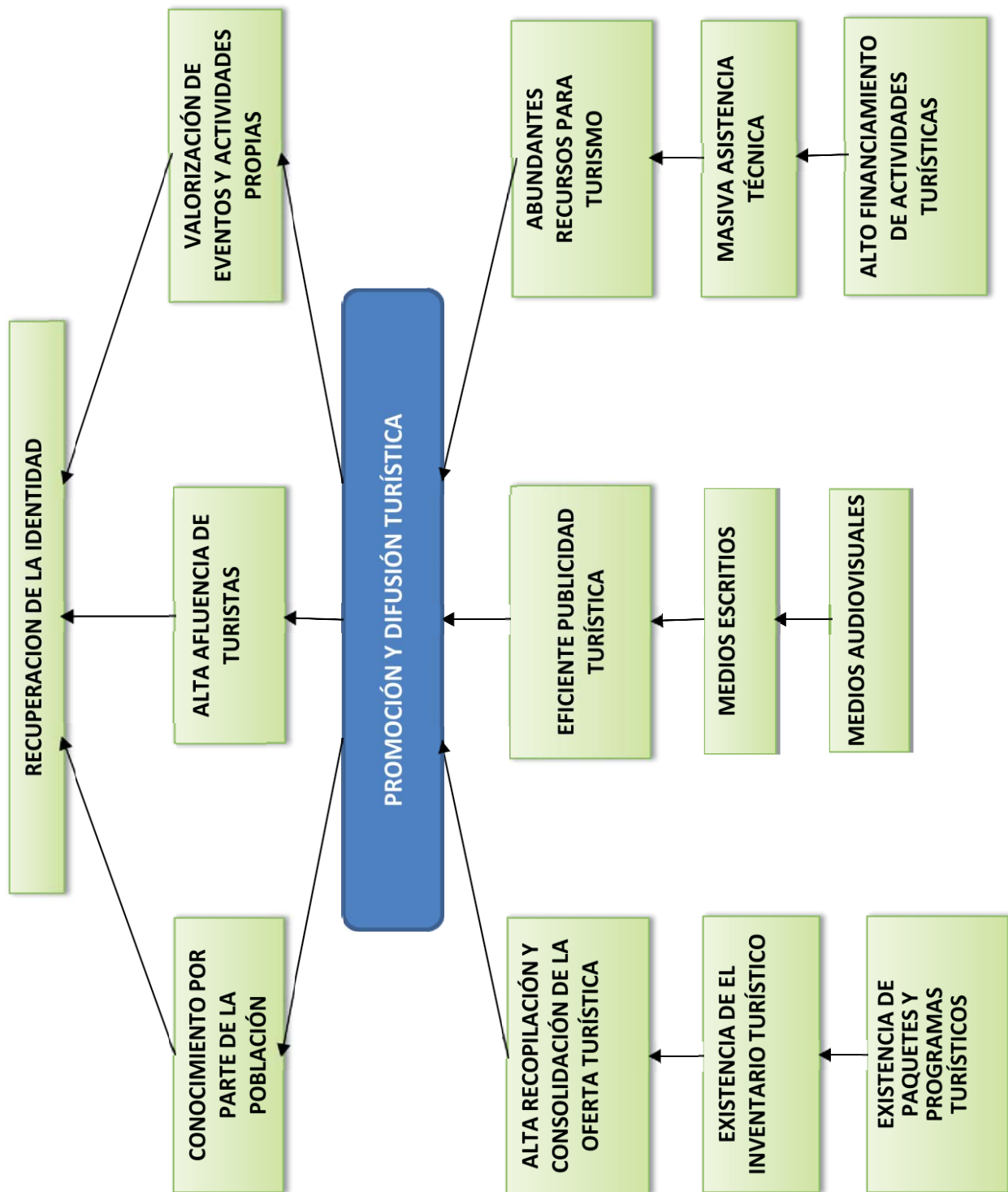
CAPITULO III	MARCO TEÓRICO	Dar a conocer sobre la actividad turística a nivel internacional, nacional y conocer las características con las que cuenta el Cantón San Pedro de Huaca en geografía, estructura política y otros factores relevantes	El turismo internacional como nacional se ha incrementado en los últimos años	El Cantón San Pedro de Huaca cuenta con lugares turísticos, que pueden atraer al turista religioso; naturalista, ecológico, gastronómico y cultural	Que se mejore a través de talleres la capacitación de artesanos como también mejorar la higiene y presentación de platos típicos, como se reclute de la población de Huaca a futuros guías turísticos
CAPITULO IV	ESTUDIO DE MERCADO	Identificar los principales atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón San Pedro de Huaca, como también cuantificar su infraestructura turística	El Cantón Huaca cuenta con lugares turísticos, que pueden atraer al turista religioso; naturalista, ecológico, gastronómico y cultural	El Cantón San Pedro de Huaca con el levantamiento de su inventario físico puede ahora orientar al turista en diferentes actividades que van de lo religioso, gastronómico, cultural, naturalista y ecológico ofreciendo una ruta turística novedosa y atractiva para el turista	Que el Municipio del Cantón San Pedro de Huaca en colaboración con el Ministerio de Turismo den a conocer los atractivos naturales, culturales, gastronómicos de este sector de la patria

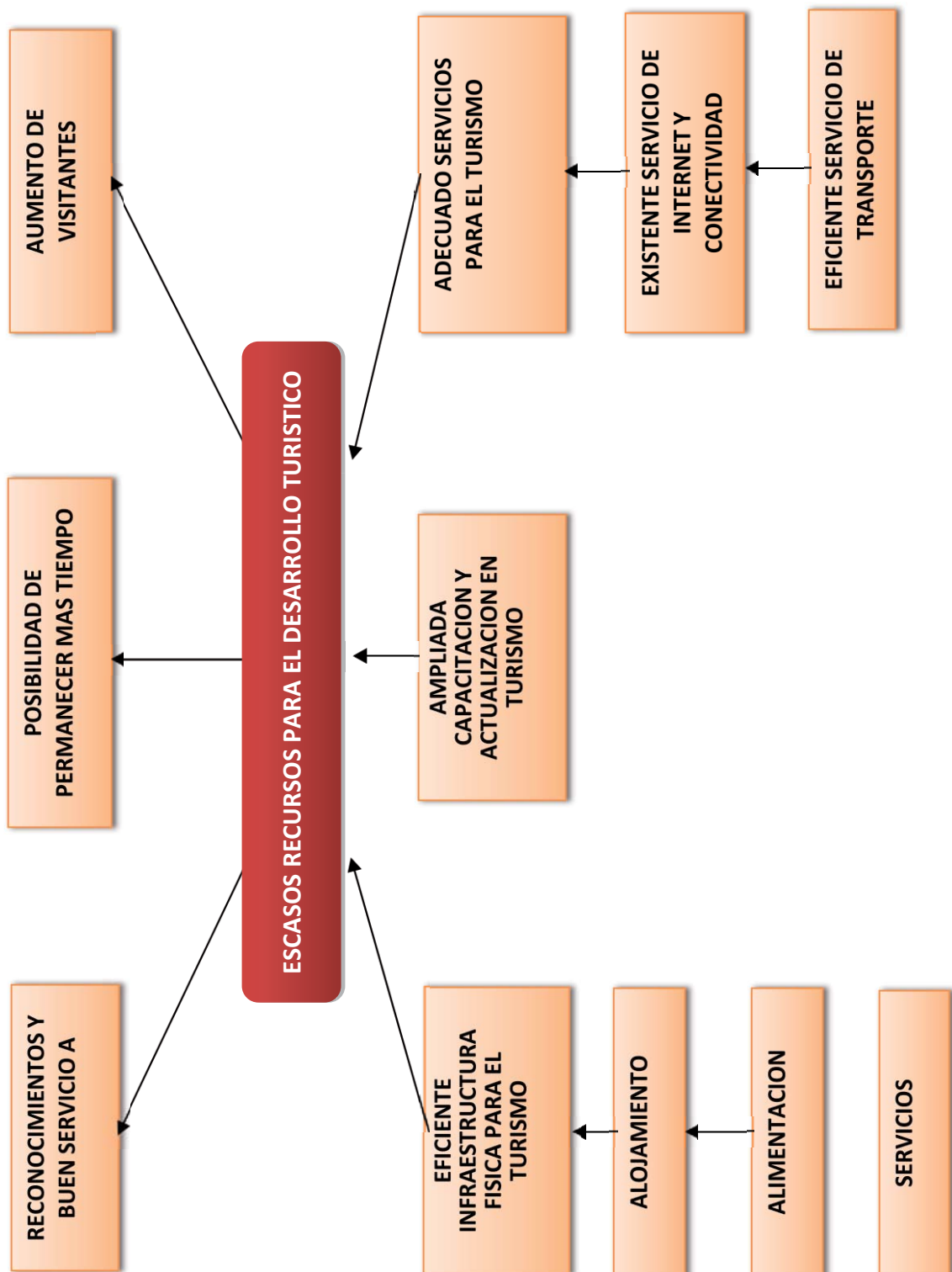




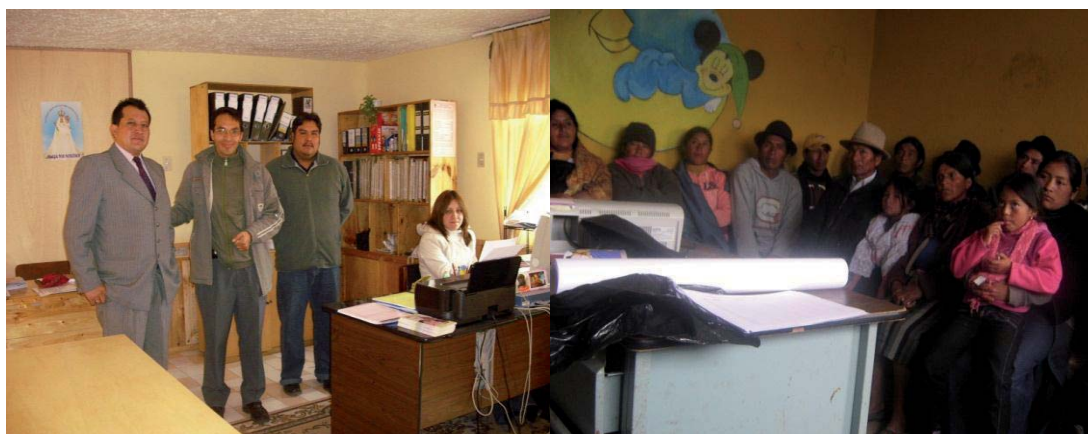








Collage Fotos Talleres









BIBLIOGRAFIA

1. Baca Gabriel. (2001) *Evaluación de Proyectos*. México, Editorial Mc Graw -Hill. 2.001.
2. Biblioteca Práctica de Administración de la Pequeña y Mediana Empresa (2003) Tomo I. España: Editorial Océano
3. Certo Samuel (2001) Administración Moderna, Colombia, Edit. Prentice Hall.
4. Freeman- Stoner (1996) Administración. México, Edit. Prentice Hall.
5. García Flor Gary (2006) Guía para Elaborar Planes de Negocios, Quito, Edit. Gráficas Paola.
6. Hair-Bush-Ortinou (2005) Investigación de Mercados, México, Edit Mc Graw Hill.
7. Lambin Jean. (2005) *Marketing Estratégico*. Madrid: Mc Graw Hill.
8. Linares José (2002) Investigación de Mercados, Perú, Edit . San Marcos.
9. Morales Dagoberto (2004) Marketing su Esencia Conceptual, Colombia. Edit. Uninorte.
10. Méndez Carlos (2001) *Metodología como guía para la elaboración de diseños de investigación*. Madrid: Mc Graw Hill. 3ª Edición.
11. Martínez Juan (1999) Introducción General al Marketing, Colombia, Edit. Norma.
12. Mason-Lind (2003) Estadística para la Administración y Economía, Colombia, Edit. Alfaomega.
13. Palao Jorge (2009) Domine el Marketing para Alcanzar el Éxito, Bogotá, Edit. Norma.
14. Rodríguez Joaquín (2001) Cómo Aplicar la Planeación Estratégica a la Pequeña y Mediana Empresa, México, Edit. ECAFSA.
15. Sapag Nassier (2004) Preparación y Evaluación de Proyectos. Colombia: Mc Graw Hill.
16. STANTON Willian (2004) Fundamentos del Marketing, México. Edit. Mc Graw Hill
17. Vásquez Víctor, Organización Aplicada, Quito, Gráficas Vásquez, 2002
18. West Alan (1999) Marketing para todos, Estados Unidos, Edit, Addison – Wesley.
19. REVISTAS GESTIÓN, EKOS, PERIODICO “LÍDERES” (varias publicaciones)
20. Consejo Provincial: Plan de desarrollo participativo 2002-2012(Editorial Pedro Jorge Vera-CCE 750 ejemplares; Quito-Ecuador-2004)
21. Instituto Nacional de Estadística y Censos INEC, Datos del Censo de Población y Vivienda año 2002
22. Municipio de Huaca (Ilustre Municipio de San Pedro de Huaca) (2004)Aspectos Turísticos Huaca
23. Ministerio de Turismo, Atractivos Turísticos de Carchi 2008

24. www.monografias.com
25. www.wikipedia.com
26. siise@mods.dov.ec
27. www.huaca.gov.ec
28. www.vivecuador.com
29. www.carchi.gov.ec